

**PERILAKU PIHAK KETIGA: MENJELAJAH KUALITAS LAYANAN,  
KEPUASAN PELANGGAN, KATA DARI MULUT KE MULUT (WOM),  
DAN HARGA DI KLUB KESEHATAN (*FITNESS CENTER*)  
DI KLATEN DAN YOGYAKARTA**



**Oleh:  
METASARI DIAN NURSANTI  
NIM:18711251046**

Tesis ini ditulis untuk memenuhi Sebagian persyaratan  
Untuk mendapatkan gelar Magister Pendidikan

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN  
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2020**

## ABSTRAK

**METASARI DIAN NURSANTI:** *Perilaku Pihak Ketiga: Menjelajah Layanan Kualitas, Kepuasan Pelanggan, Kata dari Mulut ke Mulut (wom), dan Harga di Klub Kesehatan (fitness Center) di Klaten dan Yogyakarta.* **Yogyakarta: Program Pascasarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, 2020.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk 1) untuk menguji pengaruh WOM (kata dari mulut ke mulut) terhadap *Service Quality*; 2) untuk menguji pengaruh harga terhadap *Satisfaction*; 3) untuk menguji mempengaruhi *Service Quality* terhadap *Satisfaction*; 4) untuk menguji pengaruh *Satisfaction* terhadap Loyalitas; 5) untuk menguji pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dianalisis menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) untuk secara bersamaan menguji semua hubungan dalam model. SEM adalah metode statistik yang menggunakan pendekatan konfirmasi dalam melakukan analisis multivariat dari teori-teori struktural berdasarkan fenomena yang terjadi (Byrne, 1998). SEM biasanya terdiri dari dua model yaitu model pengukuran dan model persamaan struktural (Schumaker dan Lomax, 1996).

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode SEM, ditemukan bahwa WOM (kata dari mulut ke mulut) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas Layanan yang dengan nilai CR 2,052 dan nilai P 0,040. Harga signifikan terhadap Kepuasan dengan nilai CR 6,511 dan nilai P 0,000. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan CR 4,860 dengan nilai P 0,000. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap CR Perilaku Loyalitas 5,810 dan nilai P 0,000. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Loyalitas dengan nilai CR 5,059 dan nilai P 0,000.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, *Word Of Mouth*, Harga, Klub Kesehatan.

## ABSTRACT

**Metasari Dian Nursanti : *THIRD PARTY BEHAVIOR: EXPLORE QUALITY SERVICE, CUSTOMER SATISFACTION, WORD OF MOUTH (WOM) AND PRICES IN THE HEALTH CLUB (HEALTH CENTER) IN KLATEN AND YOGYAKARTA.* Yogyakarta: Graduate School, Yogyakarta State University, 2020.**

The aim of this research is to find the result of *Third Party Behavior: Explore Quality Service, Customer Satisfaction, Word Of Mouth (Wom) And Prices In The Health Club (Health Center) In Klaten And Yogyakarta*. Test the effect of word of mouth (wom) and price on service quality, customer satisfaction at Health Clubs in Klaten and Yogyakarta. In the form of a sports management draft to guide the company. Evaluate the behavior of third party complaints in the context of a fitness club. To test the effect of word of mouth (wom) and price on service quality, customer satisfaction at Health Clubs in Klaten and Yogyakarta.

This research method uses descriptive qualitative and quantitative approaches. Data were collected through questionnaires, interviews and analyzed using structural equation modeling (SEM) to simultaneously test all relationships in the model. SEM is a statistical method that uses a confirmatory approach in conducting multivariate analysis of structural theories based on phenomena that occur (Byrne, 1998). SEM usually consists of two models namely the measurement model and the structural equation model (Schumaker and Lomax, 1996).

Based on the results of data analysis using the SEM method it was found that WOM (word of mouth) had a significant effect on Service Quality that with a CR value of 2.052 and a P value of 0.040. The price is significant towards Satisfaction with a CR value of 6,511 and a P value of 0,000. Service Quality has a significant effect on Satisfaction CR 4,860 with a P value of 0,000. Satisfaction has a significant effect on CR Behavior Loyalty 5,810 and P value of 0,000. Service Quality has a significant effect on Loyalty Behavior with a CR value of 5.059 and a P value of 0.000.

**Keyword:** Quality Service, Customer Satisfaction, Word Of Mouth, Prices The Health Club.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Metasari Dian Nursanti  
Nomor mahasiswa : 18711251046  
Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

 Jakarta, 24 Juni 2020  
Metasari Dian Nursanti  
NIM. 18711251046

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PERILAKU OLEH PIHAK KETIGA: MENJELAJAH KUALITAS  
LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, KATA DARI MULUT KE  
MULUT (*WOM*) DAN HARGA DI KLUB KESEHATAN (*FITNESS  
CENTER*) DI KLATEN DAN YOGYAKARTA**

**METASARI DIAN NURSANTI  
18711251046**

Tesis iniditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mendapatkan gelar Magister Pendidikan  
Program Studi Ilmu Keolahragaan

Menyetujui untuk diajukan pada ujian tesis

Pembimbing,



Prof. Dr. Tomoliyus, MS  
NIP 19570618 198203 1 004

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERILAKU PIHAK KETIGA: MENJELAJAH KUALITAS LAYANAN,  
KEPUASAN PELANGGAN, KATA DARI MULUT KE MULUT (*WOM*),  
DAN HARGA DI KLUB KESEHATAN  
(*FITNESS CENTER*) DI KLATEN DAN YOGYAKARTA**

**METASARI DIAN NURSANTI  
NIM 18711251046**

Dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis  
Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta  
Tanggal: 7 September 2020

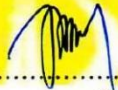
**TIM PENGUJI**

Prof. Dr. Sumaryanto, M. Kes.  
(Ketua/Penguji)



24/09/2020

Dr. Abdul Alim, M. Or.  
(Sekretaris/Penguji)



24/09/2020

Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.  
(Pembimbing/Penguji)



21 September 2020

Prof. Dr. Wawan Sundawan  
Suherman, M. Ed.  
(Penguji Utama)



24 September 2020

Yogyakarta, 25 September 2020  
Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Program Pascasarjana  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan,



Prof. Dr. Sumaryanto, M. Kes.  
NIP 195503011990011001

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu WaTa'ala* yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (WOM), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten dan Yogyakarta” dengan baik dan lancar. Tesis ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M. Kes. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta beserta staf yang telah membantu penulis menyelesaikan proses penelitian dan penyelesaian tesis.
2. Prof. Dr. Dra. Sumaryanti, M. S. selaku ketua program studi ilmu keolahragaan yang telah banyak memberikan arahan dalam penyusunan tesis ini dan para dosen yang telah menyampaikan ilmu pengetahuannya.
3. Prof. Dr. Tomoliyus, M. S. selaku pembimbing tesis yang telah banyak memberi bimbingan, dukungan, ilmu, serta motivasi dalam penyusunan tesis ini hingga selesai.
4. Semua ini saya persembahkan untuk orang tua tercinta, Papah Alm. Ermawan semoga beliau bahagia di Surganya Allah dan Ibu Endang Puji Rahayu serta Eyang uti yang selalu mendoakan serta dukungan terbaik selama ini. Untuk semua keluargaku adeku Yoga dan Hendy serta mas Rero yang memberikan semangat, nasehat, dan do'a.
5. Teman-teman alm. Restu, Zulfa, Mey, Rika, dan teman-teman yang selalu mendukung selama perkuliahan sampai penyusunan tesis.
6. Teman-teman Pascasarjana Ilmu Keolahragaan angkatan 2018 yang selalu mendukung selama perkuliahan hingga penyusunan tesis.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan Hidayah, Karunia, dan Balasan kebaikan bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran demi hasil yang lebih baik. Semoga tesis ini memberikan manfaat bagi pembaca dan praktisi pendidikan untuk selalu memperbarui ilmu keolahragaan.

Yogyakarta, 27 Agustus 2020



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>LEMBAR KEASLIAN KARYA</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	7
A. Kajian Teori.....	7
1. Kualitas Layanan.....	7
2. Kepuasan Pelanggan .....	10
3. Kata Dari Mulut ke Mulut .....	13
4. Harga .....	17
5. Perilaku Loyalitas.....	18
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	20
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	42
A. Jenis Penelitian .....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
D. Variabel Penelitian.....	44
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	45
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	51
G. Teknik Analisis Data .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	59
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	59
1. Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	61
2. Langkah 2 & 3: Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural....	61
3. Langkah 4: Memilih Jenis Input & Estimasi Model yang Diusulkan .....	62

4. Langkah 5 & 6: Modifikasi Model dan GOF Model Lengkap .....	68
B. Hasil Uji Hipotesis.....	70
C. Pembahasan .....	71
1. Hipotesis 1 .....	71
2. Hipotesis 2 .....	72
3. Hipotesis 3 .....	73
4. Hipotesis 4 .....	74
5. Hipotesis 5 .....	75
D. Keterbatasan Penelitian.....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Simpulan .....	77
B. Implikasi.....	78
C. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-Kisi Angket .....	49
Tabel 2. Kisi-Kisi Angket Kualitas Layanan, Kepuasan, WOM, dan Harga.....	60
Tabel 3. Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. Uji <i>Mahalanosis Distance</i> .....	64
Tabel 5. Nilai <i>Loading Factors</i> .....	66
Tabel 6. Uji <i>GOF Analysis Confirmentory</i> .....	67
Tabel 7. Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 8. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	70
Tabel 9. Hasil Uji <i>Regression Weight</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Paradigma Penelitian .....	41
Gambar 2. Diagram Jalur .....	62
Gambar 3. Hasil <i>Confirmatory Analysis</i> .....	66
Gambar 4. Diagram Jalur Model Final .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Permohonan Validasi Instrumen Ahli Materi.....	87
Lampiran 2. Kuesioner.....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam bidang jasa olahraga untuk kesehatan pada era globalisasi semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku usaha bidang jasa untuk memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing di pasar. Para pelaku usaha harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan mempelajari, menilai, dan meneliti kebutuhan, keinginan serta permintaan pelanggan, maka akan memberikan solusi yang penting bagi usahanya untuk mendesain strategi pemasaran agar dapat membuat atau menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Dalam kondisi era globalisasi terjadi persaingan yang ketat seperti ini, hal pokok yang harus diprioritaskan oleh bidang usaha pelayanan jasa kesehatan melalui olahraga (*club fitness*, sanggar *fitness*, dan lainnya) adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, loyal, dan komitmen, serta menguasai pasar. Oleh karena itu, sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi topik yang menarik untuk diteliti dan dibahas dalam usaha jasa pelayanan kesehatan melalui olahraga.

Pertumbuhan layanan di perusahaan produk telah menjadi salah satu domain penelitian layanan paling aktif, sampai-sampai telah diidentifikasi sebagai prioritas penelitian strategis (Ostrom et al., 2015). Domain ini berkaitan dengan perusahaan produk bergeser dari pengembangan, pembuatan, dan penjualan produk ke inovasi,

penjualan, dan memberikan layanan (Gebauer et al., 2010, Ulaga dan Reinartz, 2011). Oleh karena itu, kualitas layanan dan pelayanan pelanggan merupakan aspek yang penting untuk dikaji dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas.

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel, sehingga memerlukan metode agar lebih akurat dalam menganalisis data kuesioner yang melibatkan persepsi. Berdasarkan hal tersebut metode yang digunakan adalah metode SEM, karena menggunakan metode SEM peneliti dapat menganalisis data secara statistik dengan lebih mudah dan layak sehingga meminimalisir kesalahan pada masing-masing persepsi. Berdasarkan wawancara sederhana pada beberapa peserta klub kesehatan di Klaten dan Yogyakarta ketidakpuasan sering terjadi, bahkan ketika pelanggan kurang puas, mereka akan meninggalkan klub karena beberapa alasan. Jelas, ketidakpuasan adalah sebuah topik yang kurang diteliti ketika dibandingkan dengan kepuasan dalam manajemen layanan di umum, terutama dalam layanan olahraga dan kebugaran. Apalagi di Yogyakarta yang biasa dikatakan sebagai “*mini of Indonesia*” hampir semua orang dari Aceh sampai Papua ada di Yogyakarta. Begitu juga dengan Klub Kesehatan/*Fitness Center* yang sangat berkembang di Yogyakarta ini sehingga menarik para pecinta olahraga untuk datang dan menjadi seorang pelanggan. Ketika pelanggan memutuskan untuk meninggalkan klub kesehatan yang mereka hadiri, kerugian pada klien dan hilangnya kesempatan untuk memecahkan masalah yang menciptakan ketidakpuasan adalah beberapa konsekuensi yang harus dihadapi klub kesehatan. Apalagi tidak semua pelanggan tidak puas, pelanggan mengeluh kepada penyedia layanan (Colgate dan Hedge, 2001). Di luar itu semua keraguan, klub kesehatan perlu mengembangkan

perspektif yang lebih relasional, tidak hanya meningkat komitmen pelanggan mereka untuk bertahan, tetapi juga untuk menganalisis perilaku pelanggan tentang keluhan sehingga kegagalan produk/layanan dapat segera ditangani dan ketidakpuasan pelanggan berkurang.

Perilaku pengaduan adalah bidang yang menarik dalam penelitian perilaku konsumen jika ingin memperluas kerangka teoritis konsep dan asal usul keluhan perilaku di klub kesehatan, serta untuk mengatasi hubungannya dengan kualitas layanan dan kepuasan. Perilaku pengaduan biasanya terkait dengan hasil ketidakpuasan (Houshang Taghizadeh dan Karim Panahi, 2013). Secara umum, sebagian besar penelitian mengidentifikasi tiga kelompok tanggapan (Hirschman, 1970; Singh, 1988): tanggapan publik, respons pribadi, dan keluhan pihak ketiga, semuanya memiliki konsekuensi yang berbeda untuk penyedia layanan. Tindakan pribadi termasuk keputusan untuk menghentikan pembelian tidak berkelanjutan, memberitahu kepada teman, atau berhenti berlangganan. Tanggapan publik terdiri upaya ganti rugi terhadap penjual. Tanggapan pihak ketiga mengacu pada keluhan menyatakan kepada pihak eksternal yang tidak terlibat langsung dengan layanan yang menyinggung penyedia tetapi memiliki beberapa pengaruh/konsekuensi hukum (misalnya, mengambil tindakan hukum atau mengeluh kepada lembaga atau asosiasi eksternal). Realitanya di Yogyakarta dengan perkembangan konsep Klub Kesehatan menjadikan pelanggan semakin menuntut untuk pelayanan yang bagus dan fasilitas bagus dengan harga yang sesuai.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas maka peneliti ingin melakukan penelitian berjudul “Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Kualitas Layanan, Kepuasan



Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (WOM), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten dan Yogyakarta”.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Banyaknya keluhan dari pelanggan mengenai kepuasan dan pelayanan di klub kesehatan/*fitness center*.
2. Tidak sedikit pelanggan yang tidak kembali ke klub kesehatan /*fitness center*.
3. Sering terjadi tindakan keluhan oleh pihak ke-3 dari mulut ke mulut.
4. Masih jarang nya penelitian tentang pelanggan di klub kesehatan/*fitness center*.

## **C. Pembatasan Masalah**

Peneliti hanya membahas mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kata dari mulut ke mulut (wom), dan harga di klub kesehatan (*fitness center*) di Klaten dan Yogyakarta.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil sebuah rumusan masalah dalam penelitian “Bagaimana kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kata dari mulut ke mulut, dan harga di klub kesehatan (*fitness center*) di Klaten dan Yogyakarta”? Secara khusus rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh WOM (kata dari mulut ke mulut) terhadap *Service Quality*?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap *Satisfaction*?

3. Apakah ada pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction* ?
4. Apakah ada pengaruh *Satisfaction* terhadap Loyalitas?
5. Apakah ada pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Seiring dengan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh WOM (kata dari mulut ke mulut) terhadap *Service Quality*.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap *Satisfaction*.
3. Untuk menguji pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*.
4. Untuk menguji pengaruh *Satisfaction* terhadap Loyalitas.
5. Untuk menguji pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat penelitian ini terdiri dari dua yaitu secara teoritis dan secara praktis sebagai berikut:

1. Secara teoritis temuan penelitian ini dapat menambah khasanah dalam bidang ilmu Kesehatan olahraga.
2. Secara praktis, hasil temuan penelitian ini dapat bermanfaat untuk pelatih dari masing-masing cabang olahraga dan semua masyarakat sebagai pedoman untuk meningkatkan kualitas Kesehatan atlet, pemain dari masing-masing cabang olahraga, dan semua pekerja yang ambil waktu kerja lama.

3. Dapat menjadikan perusahaan tersebut memiliki panduan untuk kualitas pelanggan.
4. Perusahaan lebih mengetahui apa saja yang dibutuhkan pelanggan.

Secara umum, kualitas layanan adalah sikap global atau penilaian keunggulan layanan, meskipun ruang lingkup sebenarnya dari sikap ini adalah tidak ada keseragaman pendapat. (Parasuraman et al.,1996) telah berkembang ukuran kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (Kualitas Layanan), SERVQUAL ini adalah skala multi item dengan beberapa pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas layanan, yaitu: (1) Bukti fisik, termasuk fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi. (2) Keandalan, yaitu kemampuan staf untuk memberikan layanan yang dijanjikan dan memberikan layanan yang memuaskan. (3) Daya Tanggap, yaitu keinginan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan responsif. (4) Jaminan, termasuk pengetahuan, kemampuan, kesopanan, kepercayaan staf, bebas dari bahaya, risiko, dan keraguan. (5) Empati, yaitu kemudahan dalam hubungan, baik komunikasi, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Kualitas Layanan**

Kualitas layanan diakui sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi pelanggan dan mengarah pada layanan jangka panjang oleh penyedia jasa (Zeithaml et al., 1996). (Parasuraman et al., 1988) mendefinisikan kualitas layanan sebagai tolak ukur perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dan persepsi yang telah mereka alami. Pelanggan berekspektasi berdasarkan pengalaman masa lalu yang mereka alami pada tempat penyedia jasa, tentang keluhan dari mulut ke mulut, dan pemasaran upaya komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan (Boulding et al., 1993). Harapan ini berfungsi sebagai referensi ketika menilai pengalaman pelanggan. Dalam penulisan ini, layanan kualitas ditentukan oleh kesan keseluruhan pelanggan terhadap kinerja penyedia jasa (Ko dan Pastore, 2004). Literatur juga mengacu pada layanan sebagai fakta, proses, dan kinerja oleh penyedia layanan (Zeithaml dan Biner, 1996) dan interaksi atau peristiwa sosial di masyarakat (Normann, 1991). Fokusnya adalah pada proses layanan atau yang telah didefinisikan sebagai interaksi antara pelanggan dan perusahaan atau interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan (Jay, Connie dan Sparks, 2009).

Konsep kualitas layanan dijelaskan dalam studi oleh peneliti yang berbeda mengenai sejauh mana kinerja penyedia layanan sesuai dengan harapan pelanggan dan sebagai kesan keseluruhan pelanggan tentang kinerja layanan, sistem pengiriman layanan, dan pengalaman konsumsi secara keseluruhan yang akan membuat kualitas layanan sebuah produk atau jasa sangat begitu menarik pelanggan untuk kembali (Zikmund dan D'Amico, 1996; Yong dan Pastore, 2004; Murat dan Kocak, 2011). Kualitas layanan juga memiliki pengaruh yang kuat pada niat membeli dan kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa. Misalnya, pelanggan yang puas lebih cenderung terlibat lebih sering untuk membeli kembali, untuk mengambil bagian dalam layanan lain yang ditawarkan oleh organisasi, untuk membayar manfaat yang mereka terima, dan menjadi lebih toleran terhadap kenaikan harga karena dampak dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan produk atau jasa (McAlexander, Kaldenberg, & Koenig, 1994; Reichheld & Sasser, 1990; Lam, Zhang & Jensen, 2009). Arti kualitas adalah konsep yang relatif dan efisien untuk bervariasi dalam keadaan yang berbeda. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut tentang pengertian kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan industri olahraga khususnya *fitness center* (Yong Jae Ko, Donna L. Pastore, 2004).

Di sebuah penelitian yang dilakukan pada klub kesehatan (Afthinos et al., 2005) mengembangkan peringkat harapan untuk kepentingan yang diberikan oleh pelanggan terhadap kualitas setiap faktor dari penyedia jasa, kemudian disimpulkan bahwa aspek layanan yang paling diinginkan adalah: fasilitas modern, sikap dan keterampilan karyawan, tawaran keanggotaan dan paket

harga, program, jam operasi, keamanan barang pribadi, dan ketentuan layanan yang konsisten, serta kenyamanan lingkungan. (Papadimitriou dan Karteroliotis, 2000) menunjukkan bahwa faktor layanan untuk kepentingan pribadi sangat penting untuk para pelanggan di klub kesehatan atau *fitness center*. (Alexandris et al., 2001) menyimpulkan bahwa lingkungan adalah layanan dimensi kualitas dengan dampak tertinggi pada kepuasan pelanggan. Hubungan yang kuat antara kualitas lingkungan dan kepuasan di klub kebugaran dijelaskan oleh harapan yang tinggi bahwa pelanggan memiliki sebuah ekspektasi terhadap layanan. Untuk (Alexandris et al., 2001) juga penting bagi pelanggan untuk mementingkan pengetahuan ilmiah tentang pelatih mereka, sebagai perilaku, dan sikap mereka sebagian besar menentukan pengalaman pelanggan.

(Zulian Yamit, 2010: 7) menyatakan “kualitas adalah seluruh faktor yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap penyedia jasa”. (Toni Wijaya, 2011: 11) kualitas adalah sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan terhadap penyedia jasa. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman masa lalu pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan apa yang telah dirasakan oleh pelanggan atau persepsi dari pelanggan. Crosby yang dikutip (Zulian Yamit, 2010: 7) menyatakan kualitas sebagai kesesuaian terhadap sesuatu hal yang diinginkan pelanggan. Kualitas dan layanan mempunyai peranan penting dalam pemasaran semua produk/jasa, dan terutama dalam banyak industri olahraga karena merupakan pembeda, serta sebagai nilai yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa. (Nurhasyimad, 2010: 2) menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok

yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap nilai produk/jasa, sikap, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan pelanggan terhadap penyedia jasa. Kemampuan untuk mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak secara langsung, berarti adalah sebuah tindakan. Ini adalah tindakan yang terkait dengan proses pemasaran atau promosi dalam olahraga khususnya untuk industri olahraga. Ini dikenal sebagai proses manajemen pemasaran, yang digambarkan oleh (Kotler et al., 2006) sebagai analisis, perencanaan, penerapan, pengendalian program oleh penyedia layanan produk atau jasa (Shilbury et al., 2014).

## **2. Kepuasan Pelanggan**

(Hallowell et al., 1996) mendefinisikan kepuasan sebagai reaksi pelanggan terhadap keadaan mengenai harapan dan kebutuhannya, yaitu penilaian pelanggan tentang layanan kualitas produk yang disediakan. Kepuasan adalah hasil dari proses di mana persepsi atau melebihi harapan, pelanggan adalah yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pada penyedia jasa (Oliver, 1980). Sebelum tahun 1990-an, ukuran untuk kepuasan terfokus terutama pada yang khusus produk atau layanan, yang didefinisikan sebagai opini evaluasi pasca pemilihan mengenai suatu hal tertentu (Oliver, 1980). Baru-baru ini, mulai muncul beberapa opini yang lebih luas, dengan asumsi kepuasan sebagai jumlah semua pengalaman masa lalu antara pelanggan dan penyedia jasa. Berdasarkan

pengalaman ini, kepuasan dianggap sebagai evaluasi kumulatif pengalaman pelanggan (Anderson et al., 1994). (Oliver, 1999) mengemukakan bahwa kepuasan memiliki kinerja yang lebih baik dalam memprediksi hasil kesetiaan ketika dibandingkan dengan kepuasan transaksi tertentu pada penyedia jasa. Memenuhi semua harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka adalah sebuah faktor penting dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif atas pesaing (Parasuraman et al., 1988). Pelanggan yang puas bisa dipastikan akan menggunakan layanan terus menerus (Bolton dan Lemon, 1999), memiliki niat kuat untuk kembali pada penyedia jasa, dan merekomendasikan layanan kepada kenalan mereka dan orang lain secara langsung maupun melalui media (Zeithaml et al., 1996; Kim et al., 2013; Bodet, 2008). Selanjutnya, kepuasan pada pelanggan meningkatkan toleransi pelanggan terhadap harga yang lebih tinggi karena mereka akan merasa adil saat merasa puas terhadap harga yang harus mereka bayarkan (Reichheld dan Sasser, 1990), menghasilkan tanggapan yang lebih baik bagi penyedia jasa dan menurunkan biaya keduanya menarik pelanggan baru dan sumber daya yang diperlukan untuk mengelola keluhan misalnya member diskon untuk pelanggan baru itu akan lebih menarik mereka untuk menjadi pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Pengakuan akan adanya hubungan positif antara kepuasan, retensi, dan niat pelanggan untuk kembali menjadikan pentingnya mengidentifikasi dan menjelaskan kondisi di mana kepuasan harus dikembangkan (Jones dan Suh, 2000).

Konsep pelanggan sebagai kontributor atau konsumen dalam konteks layanan hanya menarik perhatian sporadis atau penyebaran informasi sebelum



abad ke-21 (Bettencourt, 1997; Lengnick-Hall, 1996; Weisheng Chiu, Min-Seok Kwag, Jung-Sup Bae, 2015). Namun, dari beberapa penelitian yang telah dilakukan akhirnya ditemukan cara untuk mengkonseptualisasikan pelanggan sebagai "sebagian karyawan" dan sumber daya manusia organisasi dan mengidentifikasi perilaku pelanggan yang berkontribusi pada kualitas layanan. Ada tiga faktor kepuasan pelanggan memiliki beberapa implikasi penting untuk praktik dalam perusahaan atau penyedia layanan (Berman, 2005; Matzler & Hinterhuber, 1998; Johann Fuller, Kurt Matzler, 2007). Dikatakan bahwa faktor dasar membentuk 'ambang' masuk dunia perdagangan. Jika disampaikan pada tingkat yang memuaskan, peningkatan kinerja tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Niat perilaku dapat berubah karena kejadian yang tidak terduga atau ketidak disiplin, respons tersebut dianggap sebagai anteseden langsung dari perilaku aktual oleh pelanggan terhadap penyedia layanan (Kwon, Trail, & James, 2007; Haiyan Huang, 2014). Aturan pertama dari manajemen yang baik adalah dengan jujur mengevaluasi karyawan dan menghilangkan kebiasaan buruk yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa yang diberikan (Bates, 2008).

Salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa, karena sangat berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan atau dalam hal ini adalah *fitness center*. Dasar pemikirannya seperti dikemukakan oleh (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005: 209) yaitu:

- a. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya sesuai dengan apa yang dia lihat dan yang mereka rasakan.
- b. Interaksi (*service encounter*) berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa. Konsumen akan menilai sesuai dengan apa yang dirasakan.
- c. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.
- d. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat kembali atau menjadi member konsumen terhadap *fitness center* di masa yang akan datang.

### **3. Kata Dari Mulut ke Mulut (WOM)**

Loyalitas diakui sebagai strategi penting untuk keberhasilan suatu perusahaan atau penyedia jasa. (Oliver, 1999: 34) mendefinisikan kesetiaan sebagai “komitmen yang dipegang teguh untuk pelanggan kembali atau sebuah produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, sehingga menyebabkan berulang pembelian merek yang sama”. (Oliver, 1999) kesetiaan dapat dipahami sebagai dua dimensi yang independen, perilaku dan kesetiaan sikap oleh pelanggan. Loyalitas perilaku terkait dengan frekuensi pelanggan dan penggunaan kembali dari penyedia yang sama lagi dan dilakukan secara terus

menerus (Chiou dan Droge, 2006). (Park dan Kim, 2013) mempertimbangkan kesetiaan perilaku sejauh mana pelanggan membeli layanan atau program berulang kali. Ukuran yang paling umum untuk kesetiaan perilaku adalah: pengulangan pembelian, frekuensi penggunaan, lama partisipasi, dan durasi keanggotaan pada perusahaan atau penyedia jasa (Bolton et al., 2000). Kesetiaan sikap adalah kemauan untuk berkomitmen pada suatu merek dan akan kembali menggunakan merek tersebut secara terus menerus (Chiou dan Droge, 2006). Ketika pelanggan sudah setia pada suatu produk atau jasa, sulit untuk menarik diri dari atau mereka akan terus kembali ke produk atau penyedia jasa itu (Roger. L Brooks, 2010). Loyalitas pelanggan selalu diinginkan, tetapi di masa lalu tidak sepenting seperti sekarang. Loyalitas adalah faktor ekonomi dan keterlibatan untuk memprediksi perilaku pelanggan dan meningkatkan laba serta pendapatan masa depan sejak saat ini (Passikoff Robert, 2006).

Melakukan olahraga adalah kegiatan rekreasi yang sangat penting dalam masyarakat saat ini. Dari perkembangan dunia industri atau pemasaran olahraga akhirnya mengembangkan dan mempertahankan basis penggemar atau setia akan tetap menjadi faktor kunci keberhasilan suatu produk jasa di bidang olahraga. Secara khusus, para sarjana mengidentifikasi bahwa menawarkan layanan berkualitas tinggi mengarah pada peningkatan pelanggan (Kim, Ko, & Park, 2013; Mark Jaewon Chang, Joon-Ho Kang, Yong Jae Ko, & Daniel P. Connaughton, 2017), yang merupakan sumber pendapatan utama dalam dunia olahraga. Beberapa penelitian telah mendefinisikan promosi dari mulut ke mulut (WOM) sebagai awal mula untuk menyebarkan informasi tentang penyedia

produk atau jasa di dunia olahraga. Penelitian menunjukkan bahwa WOM positif dapat membantu merekrut pelanggan baru dan mendorong niat pembelian kembali pelanggan saat ini (Sweeney, Soutar, & Mazzarol, 2014; Wien & Olsen, 2014; Mark Jaewon Chang, Daniel P. Connaughton, Ilyoung Ju, Jihye Kim, and Joon-Ho Kang, 2019). Kualitas layanan yang dipandang sebagai keberhasilan penting dari kepuasan pelanggan dan WOM. Di sisi lain, pelanggan dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi bersedia memberikan WOM yang lebih positif. Kepuasan pelanggan dan WOM penting untuk penyedia jasa di masa yang akan datang. Hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan WOM dikonfirmasi dengan baik dalam banyak penelitian sebelumnya (Van Ka Wai Lai, Michael Hitchcock, Dong Lu, & Yide Liu, 2018)

Langkah-langkah umum yang terkait dengan sikap kesetiaan pelanggan adalah faktor Kata Dari Mulut ke Mulut (Bowen dan Shoemaker, 1998; Zeithaml et al., 1996), rekomendasi dari layanan kepada orang lain, dorongan teman-teman dan keluarga untuk menggunakan layanan yang sama (Zeithaml et al., 1996), persaingan terhadap upaya pesaing dengan harga lebih murah akan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan kembali layanan di masa depan secara terus menerus (Bowen dan Shoemaker, 1998). (Zeithmal et al., 1996) mengembangkan model berdasarkan empat niat perilaku yang seorang pelanggan dapat memiliki, yaitu: niat pelanggan untuk kembali, Kata Dari Mulut ke Mulut, harga, dan perilaku keluhan. Pelanggan dengan loyalitas rendah dan rawan mengeluh yang tinggi paling mungkin untuk kembali dan merekomendasikan layanan kepada orang lain untuk menghasilkan positif Kata

Dari Mulut ke Mulut (Namkung et al., 2010). (Ashley dan Varki, 2009) pelanggan dengan loyalitas sikap yang tinggi membuat lebih banyak keluhan langsung kepada manajemen perusahaan dan biasanya menghasilkan Kata Dari Mulut ke Mulut negatif setelah kegagalan layanan.

*Word of Mouth* (Kata Dari Mulut ke Mulut) yaitu memberikan orang alasan untuk membicarakan mengenai produk atau jasa dan membuat berlangsungnya pembicaraan itu lebih mudah serta dapat menarik orang tersebut untuk ikut berlangganan di tempat yang sama. Dengan kata lain, WOM adalah tentang percakapan nyata orang kepada orang lain atau konsumen ke konsumen lain sesuai dengan penilaian yang diberikan konsumen tersebut atau dengan kata lain sesuai dengan pengalaman. *Word of Mouth* memiliki lima elemen penting yang disebut dengan *The FiveTs*, yaitu :

- a. ***Talkers***, adalah sekumpulan orang-orang yang antusias dan terkoneksi untuk menyampaikan pesan yang biasa juga disebut sebagai orang yang “mempengaruhi.”
- b. ***Topics***, adalah pesan yang akan disebarluaskan.
- c. ***Tools***, media atau alat untuk dapat menyebarluaskan pesan yang membantu pesan berpindah lebih jauh dan lebih cepat.
- d. ***Taking Part***, adalah bentuk partisipasi dari perusahaan dalam kegiatan *word of mouth*.
- e. ***Tracking***, adalah mengikuti apa yang orang bicarakan, mengukur, serta memahami apa yang orang katakan mengenai produk atau jasa.

#### 4. Harga

(Kotler, 2012: 345) harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa yang telah diberikan atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk keuntungan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang dibuatnya. Harga menurut (Kotler, 2012: 405) mendefinisikan bahwa: *“Price is the one element of the marketing mix that produces revenue, the other elements produce costs. Prices are perhaps the easiest element of the marketing program to adjust; product features, channels, and even communication take more time”*

(Buchari Alma, 2011: 169) mendefinisikan bahwa: “Harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan nominal atau uang”. Harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi untuk pelanggan.

(Rajput et al., 2012: 487) harga memiliki pengaruh penting untuk kualitas ketika satu-satunya informasi yang ditunjukkan tersedia. Menurut studi pelanggan lebih suka untuk memiliki harga dan kualitas dari pada aspek-aspek teknis barang tahan lama. Alat pemasaran dasar adalah harga dan nilai harga dapat diukur ke efektifan dari biaya, markup, dan sisi pembayaran yang telah diciptakan oleh perusahaan atau penyedia jasa (Chintagunta dalam Rajput et al., 2012: 487). Seperti sebelumnya studi juga menemukan bahwa kelompok demografis tertentu seperti perempuan, orang-orang yang sudah menikah, orang

tua, dan rumah pekerja adalah lebih bertanggung jawab untuk menggunakan informasi harga secara sadar dan realistis. Literatur menunjukkan harga memiliki dampak besar bagi pelanggan untuk membeli dengan sangat efektif. Setiap pelanggan membutuhkan lebih banyak kesadaran mengenai harga dan keadilan dalam harga dalam bentuk paket dan diskon yang diberikan oleh perusahaan atau penyedia jasa. Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga merupakan keputusan secara kritis untuk menunjang keberhasilan suatu perusahaan atau penyedia jasa.

## **5. Perilaku Loyalitas**

Penelitian perilaku pengaduan masih merupakan bidang non-konsensual dalam literatur pemasaran. Sementara beberapa penulis berpendapat bahwa perilaku keluhan adalah dimensi kesetiaan yang sangat penting untuk kemajuan perusahaan atau penyedia jasa (Bloemer et al., 1999; Zeithaml et al., 1996) yang lain menyatakan bahwa keluhan adalah konsekuensi dari pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan (Davidow, 2000; Dick dan Basu, 1994). Perilaku keluhan pelanggan adalah “seperangkat perilaku dan tanggapan non-perilaku yang melibatkan sebuah komunikasi yang negatif mengenai pembelian dan dipicu oleh ketidakpuasan dari pengalaman yang dirasakan dengan itu (Singh dan Howell, 1985: 42). (Jacoby dan Jaccard, 1981: 6) menjelaskan perilaku keluhan sebagai “tindakan yang diambil oleh individu untuk melakukan komunikasi negatif mengenai suatu produk atau jasa baik kepada perusahaan atau penyedia produk atau layanan kepada beberapa organisasi pihak ketiga”.

(Hirschman, 1970) mengklasifikasikan reaksi pelanggan terhadap ketidakpuasan sebagai loyalitas. Jadi, ketika pelanggan mengalami situasi ketidakpuasan, jawabannya: beralih ke penyedia layanan baru (*exit*), berusaha menyelesaikan masalah dengan mengeluh (suara) atau tetap dengan penyedia yang sama dan berharap ada beberapa hal yang akan meningkatkan (kesetiaan). Menurut tipologi yang dikembangkan oleh (Singh, 1988), respons pelanggan terhadap ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis: perilaku pengaduan suara, perilaku pengaduan pribadi, dan perilaku keluhan pihak ketiga. Keluhan suara termasuk keluhan ke penyedia jasa. Keluhan pribadi termasuk komentar Kata Dari Mulut ke Mulut dan beralih ke penyedia jasa yang baru. Akhirnya, keluhan pihak ketiga menunjukkan pengaduan yang ditujukan individu atau organisasi eksternal di luar lingkaran sosial pelanggan yang tidak terlibat langsung dengan situasi tersebut. (McAllister dan Erffmeyer, 2003) berpendapat bahwa upaya tersebut dan keterlibatan yang terkait dengan keluhan kepada pihak ketiga biasanya menunjukkan tingkat yang tinggi ketidakpuasannya, ketidakmampuan menjawab dari penyedia jasa atau faktor terkait yang sangat mengancam kualitas pada penyedia jasa. Namun, perilaku keluhan melibatkan sumber eksternal memiliki konsekuensi negatif kurang dari yang terlibat pada sumber internal, karena perusahaan menjadi sadar akan masalah yang ditimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan memiliki kesempatan untuk memecahkan sumber ketidakpuasan serta bisa menjadi bahan evaluasi untuk perusahaan atau penyedia jasa untuk meningkatkan kualitas layanan dan



memberikan kepuasan pada pelanggan supaya pelanggan kembali memakai jasa yang sama secara terus menerus.

(Kotler, 2012: 24) menyatakan bahwa keluhan dalam bahasa Inggris disebut “*Complaint*” menandakan sebuah perasaan kekesalan atau kekecewaan bahkan penyesalan pada sesuatu yang didapatkan oleh pelanggan. Semakin tinggi harapan atau ekspektasi yang diinginkan oleh pelanggan maka akan semakin tinggi pula rasa ketidakpuasan akan barang ataupun jasa yang diterimanya. (Daryanto dan Setyobudi, 2014: 32) *komplain/keluhan* adalah pengaduan, ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan, dan kemarahan atas *service* jasa/produk pada suatu perusahaan atau penyedia jasa. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka keluhan adalah suatu perasaan kecewa bahkan penyesalan atas ketidakpuasan yang dilakukan oleh pihak penyedia layanan barang maupun jasa, sehingga pelanggan tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya dan memutuskan untuk berhenti atau berganti pada penyedia jasa yang baru.

## **B. Kajian Penelitian yang Relevan**

Dalam kajian pustaka penelitian relevan untuk membuktikan bahwa penelitian yang akan saya lakukan belum pernah dilakukan penelitian. Dengan kata lain ada inovasi atau kebaruan dari penelitian yang terdahulu. Adapun penelitian relevan adalah sebagai berikut:

1. Hermawan, Rudi (2019) Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan

melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data penelitian ini menggunakan data primer dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS versi 25.0 untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lain.

2. Jinwook Jason Chung (2018) Berdasarkan pengetahuan yang ada tentang penelitian *point of attachment* dan teori pertukaran sosial, penelitian ini meneliti hubungan antara titik keterikatan, pendapatan psikis, dan perilaku penggemar (misalnya, dari mulut ke mulut, penggunaan media sosial, perilaku kehadiran). Studi saat ini termasuk keterikatan pada pemain, tim, pelatih, olahraga (bola basket), dan universitas sebagai poin variabel lampiran.
3. Hyun Soon Yu et al (2014) Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji hubungan struktural antara kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan, dan niat perilaku. Peserta, semuanya berusia 60 tahun atau lebih dan yang merupakan anggota dari pusat olahraga dan kebugaran, menyelesaikan survei untuk menilai hubungan ini. Hasil pemindaian mikroskop elektron menunjukkan ketentuan itu layanan berkualitas tinggi untuk konsumen dewasa yang lebih tua di pusat olahraga dan kebugaran dianggap tinggi nilai, kepuasan pelanggan ditingkatkan, perilaku keluhan berkurang, dan akhirnya meningkat kemungkinan keanggotaan yang diperbarui dan penggunaan fasilitas *center* yang berkelanjutan.
4. Sari, Yenny and Surjani, Rosita Meitha and Tang, Rita (2013) Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji ada tidaknya hubungan atau pengaruh antara kualitas

layanan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Club Arena Metropolis Surabaya. Metode Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menguji hubungan yang ada, yang hasilnya digunakan untuk merancang perbaikan terhadap kualitas layanan yang sesuai dengan kondisi *riil fitness center*. Dari hasil SEM diperoleh bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan, namun kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.

5. Eddie T. C. Lam , James J. Zhang & Barbara E. Jensen (2009) Penelitian ini dirancang untuk mengembangkan Skala Penilaian Kualitas Layanan untuk mengevaluasi kualitas layanan klub kesehatan-kebugaran. Melalui tinjauan pustaka, observasi lapangan, wawancara, modifikasi penerapan teknik Delphi, dan studi percontohan, skala pendahuluan dengan 46 item dirumuskan.
6. Ali Qalati, S., Wen Yuan, L., Iqbal, S., Yassir Hussain, R., & Ali, S. (2019) melakukan penelitian dengan judul *Impact of Price on Customer Satisfaction: Mediating Role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui peran mediasi dari perilaku pembelian pelanggan. 68,5 persen responden mewakili generasi muda negara, 36 persen siswa berpartisipasi. Hasilnya, 46 persen keluarga responden terdiri dari 1-5 anggota. 567 responden mewakili penduduk Pakistan. Smart PLS 3.2.7 telah digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengukur skala dan model

bootstrap, Algoritma, Fornell dan kriteria Larker (*Discriminant Validity*) dan rasio HTMT (*sensitivitas multikolinearitas*) telah digunakan bersama dengan seperangkat aturan praktis yang terkait dengan hasil yang ditemukan. Studi mengisi kesenjangan mediasi CBB. Temuan penelitian melibatkan hubungan langsung antara harga dengan kepuasan pelanggan. Hubungan positif antara harga dan perilaku pembelian pelanggan, dan peran mediasi positif dari perilaku pembelian pelanggan antara harga dan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain bahwa ada hubungan yang signifikan antar harga dengan kepuasan pelanggan di Sektor Telekomunikasi Pakistan. Dan ada hubungan yang positif antara harga dengan perilaku pembeli pelanggan di Sektor Telekomunikasi Pakistan. Selain itu juga dihasilkan ada hubungan yang signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan di Sektor Telekomunikasi Pakistan.

7. Yusof, A., Popa, A., & Geok, S. K. (2018b) melakukan penelitian dengan judul *Relationship between Perceptions of Fitness Facility Service Quality and Future Intentions of Fitness Center Users in Thailand*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan persepsi kualitas pelayanan fasilitas fitness dengan niat menggunakan pusat kebugaran kampus di Universitas Mahasarakham Thailand. Sebanyak 250 pengguna pusat kebugaran rekreasi kampus (laki-laki = 189, perempuan = 61) yang terdiri dari mahasiswa dan pegawai Universitas Mahasarakham dipilih untuk berpartisipasi sebagai subjek dalam penelitian ini. Kuesioner terdiri dari item-item yang didasarkan pada Service Quality Assessment Scale (SQAS) skala Likert yang dikembangkan oleh Lam, Zhang dan Jensen (2005). Niat masa depan diukur dengan menggunakan dua item oleh

Zeithaml et al. (1996): komunikasi dari mulut ke mulut dan niat membeli kembali. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan fasilitas fitnes ( $\beta = .300, p < .05$ ) dan kualitas pelayanan fasilitas secara keseluruhan ( $\beta = .278, p < .05$ ) memberikan kontribusi yang signifikan dalam memprediksi niat berperilaku. Artinya, pengguna *fitness center* di Universitas Mahasarakham cenderung memperbaharui keanggotaannya dan merekomendasikan tempat rekreasi tersebut kepada orang lain jika mereka puas dengan aspek kualitas layanan fasilitas fitness. Dengan kata lain bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan kebugaran dengan niat menggunakan pusat kebugaran kampus di Universitas Mahasarakham Thailand.

8. Aminuddin Yusof, Arporn Popa and Soh Kim Geok (2018) melakukan penelitian dengan judul *Perception of Service Quality among Malaysian University Recreational Fitness Center Users*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji persepsi pengguna tentang kualitas layanan dan niat masa depan untuk menggunakan pusat kebugaran rekreasi kampus di Universiti Putra Malaysia. Data dikumpulkan dari 200 mahasiswa dan staf universitas (laki-laki = 140, perempuan = 60) yang sering menggunakan pusat kebugaran rekreasi kampus. Kuesioner terdiri dari item-item yang didasarkan pada Layanan Skala Likert Quality Assessment Scale (SQAS) dikembangkan oleh Lam, Zhang dan Jensen (2005). Niat berperilaku didasarkan pada tiga pertanyaan yang dimodifikasi dari Cunningham dan Kwon (2003). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna pusat kebugaran rekreasi puas dengan kualitas pelayanan staf secara keseluruhan ( $m = 34,14$ ) dan kualitas pelayanan fasilitas kebugaran ( $m = 34,14$ ), tetapi cukup

puas dengan kualitas layanan fasilitas secara keseluruhan. ( $m = 30,77$ ) dan kualitas layanan program secara keseluruhan ( $m = 24,44$ ). Hasil temuan menunjukkan pengguna pusat kebugaran rekreasi UPM memiliki niat yang tinggi ( $m = 4.02$ ) untuk merekomendasikan tempat rekreasi tersebut kepada orang lain orang dan memperbarui keanggotaan mereka. Hasilnya juga menunjukkan kualitas layanan staf secara keseluruhan ( $\beta = .288$   $p < .05$ ) dan kualitas layanan fasilitas secara keseluruhan ( $\beta = .251$ ,  $p < .05$ ) berkontribusi signifikan terhadap prediksi niat perilaku. Artinya, pengguna pusat kebugaran rekreasi di UPM akan melanjutkan keanggotaannya di masa mendatang atau menyarankan orang lain untuk menjadi anggota jika menurut mereka tempat rekreasi fitness center tersebut berlokasi strategis serta ramah pengguna dalam hal keamanan dan parkir. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan niat masa depan untuk menggunakan pusat kebugaran rekreasi kampus di Universiti Putra Malaysia. Karena hasil menunjukkan kualitas layanan fasilitas secara keseluruhan berkontribusi signifikan terhadap prediksi niat perilaku, berarti pengguna pusat kebugaran rekreasi di UPM akan melanjutkan keanggotaannya di masa mendatang atau menyarankan orang lain untuk menjadi anggota.

9. Yıldız, K., Polat, E., & Güzel, P. (2018) telah melakukan penelitian dengan judul *A Study Investigating the Perceived Service Quality Levels of Sport Center Members: A Kano Model Perspective*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki tingkat kualitas layanan yang dirasakan anggota pusat olahraga dengan pandangan untuk model harapan dan persyaratan pelanggan Kano.

Untuk itu, digunakan pendekatan deskriptif dan desain penelitian korelasional dengan metode survei. Kelompok penelitian terdiri dari 680 (300 perempuan, 380 laki-laki) anggota sanggar yang dipilih melalui *multistage sampling* (Cluster). “*Sport Fitness Centers Perceived Service Quality Scale* dan *Expectation Scale* digunakan sebagai alat pengumpulan data. Uji-t sampel independen, analisis Korelasi Pearson dan uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis data. Berdasarkan temuan tersebut, terlihat bahwa semua subdimensi memiliki hubungan signifikan positif tingkat sedang atau tinggi dengan ekspektasi ketika subdimensi dari skala ekspektasi dan SFC-PSQS dibandingkan. Menurut hasil dari Independent Samples T- uji, tingkat harapan pelanggan yang menyatakan bahwa biaya program mahal secara signifikan lebih rendah. Kesimpulannya, seiring dengan meningkatnya persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *sport center*, tingkat ekspektasi mereka secara umum juga meningkat secara signifikan. Pelanggan berharap bahwa kualitas layanan yang mereka terima tinggi dan sangat memenuhi harapan mereka. Namun demikian, faktor fisik dan psikososial yang mempengaruhi ekspektasi juga diperkirakan dapat mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan secara signifikan. Karena kualitas layanan dan memenuhi harapan pelanggan merupakan indikator penting untuk mempertahankan eksistensi bisnis, studi dengan berbagai faktor mencoba untuk memahami sifat kualitas layanan dan harapan pelanggan harus dilakukan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan factor yang sangat penting untuk mempertahankan eksistensi bisnis.

10. Kadir Yıldız, Ercan Polat, Pınar Güzel. 2018, telah melakukan penelitian dengan judul . *A Study Investigating the Perceived Service Quality Levels of Sport Center Members*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki tingkat kualitas layanan yang dirasakan anggota pusat olahraga dengan melihat model harapan dan persyaratan pelanggan Kano *customer*. Untuk itu, digunakan pendekatan deskriptif dan desain penelitian korelasional dengan metode survei. Kelompok penelitian terdiri dari 680 (300 perempuan, 380 laki-laki) anggota sanggar yang dipilih melalui *multistage sampling* (Cluster). “Pusat Kebugaran Olahraga Merasakan Skala Kualitas Layanan dan Skala Harapan digunakan sebagai alat pengumpulan data. Uji-t sampel independen, analisis Korelasi Pearson, dan uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis data. Berdasarkan temuan tersebut, terlihat bahwa semua sub dimensi memiliki hubungan signifikan positif tingkat sedang atau tinggi dengan ekspektasi ketika sub dimensi dari skala ekspektasi dan SFC-PSQS dibandingkan. Berdasarkan hasil uji Independent Samples T-test, Tingkat harapan pelanggan yang menyatakan bahwa biaya program mahal jauh lebih rendah. Kesimpulannya, seiring dengan meningkatnya persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di sport center, tingkat ekspektasi mereka secara umum juga meningkat secara signifikan. Pelanggan mengharapkan kualitas layanan yang mereka terima tinggi dan memenuhi ekspektasi mereka secara berlebihan. Namun demikian, faktor fisik dan psikososial yang mempengaruhi ekspektasi juga diperkirakan dapat mempengaruhi persepsi kualitas layanan pada tingkat yang signifikan. Karena kualitas layanan dan memenuhi harapan



pelanggan merupakan indikator penting menjaga keberadaan bisnis, belajar dengan berbagai faktor mencoba untuk memahami sifat kualitas layanan dan harapan pelanggan harus dilakukan. Dengan kata lain kualitas layanan merupakan factor yang penting untuk menjaga keberadaann bisnis sanggar.

11. Namkung, Y., Jang, S. and Choi, S.K. (2010) telah melakukan penelitian dengan judul *Customer complaints in restaurants: do they differby service stages and loyalty levels*. Tujuan penelitian ini menyelidiki apakah pelanggan restoran merespons kegagalan layanan secara berbeda pada tahap layanan dan tingkat loyalitas yang berbeda. Sebuah survei terhadap 289 pelanggan di Amerika Serikat menemukan bahwa pelanggan cenderung mengeluh pada setiap tahap layanan setelah kegagalan layanan. Pelanggan yang sangat setia menunjukkan kesediaan untuk mengeluh yang jauh lebih tinggi daripada pelanggan yang kurang loyal ketika terjadi kegagalan layanan pada tahap penyambutan / tempat duduk dan pengambilan / pengiriman pesanan (tahap layanan 1 dan 2). Empat kelompok pelanggan dengan kemauan berbeda untuk mengeluh dan tingkat loyalitas muncul dari penelitian ini: "potensi diam", "pengeluh murni", "pendukung diam", dan "suara setia". Di antara kelompok tersebut, kelompok silent supporter (loyalitas afektif tinggi dan kecenderungan mengeluh rendah) menunjukkan niat perilaku tertinggi, sedangkan kelompok pengeluh murni (loyalitas afektif rendah dan kecenderungan tinggi untuk mengeluh) menunjukkan niat perilaku yang paling rendah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antaran tingkat keluhan pelanggan dengan tingkat loyalitas. Dengan kata lain

loyalitas tinggi kecenderungan keluhan rendah, begitu sebaliknya tingkat keluhan tinggi, tingkat loyalitas rendah pada pelanggan restoran di Amerika Serikat

12. Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018), telah melakukan penelitian dengan judul *Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction*. Saat ini transportasi *online* yang memungkinkan masyarakat dengan leluasa memilih dan memesan layanan transportasi dengan *smartphone* berkembang sangat pesat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan transportasi *online* yang berkaitan dengan harga, kualitas layanan, dan kepercayaan. Penelitian kuantitatif ini menggunakan 100 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Selanjutnya penelitian ini menganalisis data yang dihasilkan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, harga, kualitas layanan, dan kepercayaan secara bersamaan menunjukkan pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan transformasi *online*. Dengan demikian, studi ini secara praktis mengimplikasikan bahwa menawarkan kualitas layanan yang kompeten, seperti mengutamakan kebersihan dan kerapian mobil, memberikan layanan yang responsif dan kehadiran tepat waktu yang dilengkapi dengan peningkatan keterampilan pengemudi. Selain itu, perusahaan harus menjaga kepercayaan

pelanggan dengan menawarkan layanan yang nyaman, memuaskan, dan bertanggung jawab.

13. Rashid, A., & Rokade, V. (2019), telah melakukan penelitian dengan judul *Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dimensi Kualitas Layanan Ritel yang berdampak pada Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dalam pembeli Ritel Makanan dan Bahan Makanan yang terorganisir di Kota Bhopal di India tengah. Data dikumpulkan dari 216 pelanggan makanan dan grosir dengan menggunakan teknik *Convenience Sampling* melalui *Structured Questionnaire*. Perangkat lunak IBM SPSS 16 untuk Analisis Faktor Eksplorasi (EFA) dan perangkat lunak Smart PLS 3.2.6 untuk Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) dan *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk menganalisis dan memvalidasi Model Path. Hasil SEM mengungkapkan bahwa tiga faktor yaitu. Aspek Fisik, Harga dan Pembayaran tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Studi ini menawarkan peluang untuk mengorganisir Pengecer Makanan dan Bahan Makanan di India Tengah untuk fokus pada Dimensi Kualitas Layanan ini sambil merumuskan strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, menarik pelanggan baru dan pada saat yang sama mempertahankan pelanggan lama dengan meningkatkan kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

14. Vinita, K., S., D. P. C., & Sourabh, S. (2015), telah melakukan penelitian dengan judul *Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction*. Penelitian ini secara empiris menguji hubungan tersebut antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan niat perilaku di industri televisi berbayar (TV berbayar) dan memeriksa peran moderasi dari peralihan hambatan memprediksi perilaku pelanggan. Penelitian ini mencakup komponen baru dari *switching barrier* yang merupakan ikatan social memahami niat perilaku pelanggan. Data dikumpulkan dari 245 pelanggan TV berbayar melalui aplikasi survei. Data dianalisis menggunakan persamaan structural pemodelan. Hasilnya ada yang positif hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan niat perilaku. Lebih jauh, sosialisasi memoderasi hubungan antara kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Studi ini memiliki kemampuan generalisasi yang terbatas karena menggunakan satu pelanggan penyedia TV berbayar satelit sebagai sampel. Melakukan penelitian komparatif dalam konteks lain seperti IPTV atau TV kabel akan berguna untuk memahami seluruh populasi. Penyedia layanan TV berbayar seharusnya tidak hanya berkonsentrasi pada kepuasan pelanggan untuk mendapatkan niat perilaku positif pelanggan, tetapi juga mempertimbangkan peralihan hambatan sebagai alat untuk daya saing. Secara khusus, studi ini menyarankan penyedia layanan untuk meningkatkan ikatan sosial sebagai salah satu cara untuk mencegah pelanggan beralih ke penyedia layanan lain. Studi ini memperluas penelitian sebelumnya tentang

niat perilaku pelanggan dalam konteks TV berbayar dan menggabungkan ikatan sosial sebagai komponen penghalang peralihan baru.

15. Wicaksono, P. D., & Aprianingsih, A. (2016), telah melakukan penelitian dengan judul *The Effects of Service Quality To Loyalty Intention : the Mediating Impact of Customer Satisfaction ( Case Study : Rewa Fight Gym)*. Dalam beberapa tahun terakhir, industri kesehatan dan kebugaran di Indonesia berkembang sangat pesat; salah satunya adalah *Muay Thai Fight Gym*. Industri *Fight Gym* pada dasarnya sangat kompetitif, karena hampir semua pusat kebugaran memiliki program dan fasilitas yang sama. Manajemen *Rewa Fight Gym* perlu mengetahui area mana saja yang harus mereka perbaiki untuk meningkatkan *Loyalty* pengunjungnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan menemukan hubungan diantara keduanya. Penelitian ini menggunakan *Service Quality* pada *Participant Sport* untuk menilai kualitas service pada *Rewa Fight Gym* dengan membangun 4 sub dimensi dengan kuesioner 62 item, model Kepuasan Pelanggan dengan 5 item kuesioner, mode **Loyalty Intention** dengan 4 item kuesioner, dan *Behavioral Loyalty Survey of Participant Sport Clubs* dengan 4 item kuesioner. Kuesioner disebarikan kepada 100 pelanggan *Rewa Fight Gym*. Setelah tanggapan disaring dan terbukti valid dan reliabel, kemudian dianalisis menggunakan Path Analysis untuk mengetahui hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Rewa Fight Gym* dikategorikan baik berdasarkan skor penilaian secara keseluruhan dengan setiap dimensi memiliki skor yang sama. Hasil penelitian

juga menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan dan juga secara independen. Implikasi dari penelitian ini baik dari aspek praktis maupun teoritis dibahas untuk pengelolaan Rewa *Fight Gym*, industri senam tarung, dan saran serta untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan kajian pustaka penelitian yang relevan tersebut di atas, maka penelitian yang berjudul “ Perilaku oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata dari Mulut ke Mulut (*wom*) dan Harga di Klub Kesehatan (*fitness center*) di Klaten dan Yogyakarta” menunjukkan bahwa variabel-vaibael yang diteliti terdapat beberapa penelitian yang mempunyai kesamaan variabel. Namun, menggunakan dimensi dan pengukuran indikator yang berbeda dengan penelitian ini yang disesuaikan dengan masalah dan budaya Indonesia. Penelitian ini memiliki keunggulan yaitu adanya lanjutan variabel eksogen harga dan WOM, yang pada sebelumnya hanya variabel eksogen hanya harga, Sedangkan variable indongen adalah kualitas layanan, kepuasan dan perilaku loyalitas.

### **C. Kerangka Pikir**

Pelayanan terbaik yang diberikan oleh klub kesehatan dan kebugaran merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi keinginan pelanggan. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pengan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Semua pihak yang memakai jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas Iayanan. Peneliti berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh jasa

klub kebugaran dan kesehatan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menikmati manfaat dari jasa yang ditawarkan.

Harga menjadi indikator yang dipertimbangkan oleh pelanggan dalam memutuskan masuk atau tidaknya mengikuti klub kebugaran dan kesehatan tersebut (produk). Harga dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu jasa oleh pelanggan. Harga semata mata tergantung pada kebijakan pipinan klub kebugaran dan kesehatan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu masuk atau mengikuti di fitness sangat relatif sifatnya. Hal ini dapat dibandingkan dengan harga produk atau jasa serupa yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Peneliti berpendapat bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena semakin tinggi perusahaan menerapkan harga maka harus semakin tinggi pula harapan akan manfaat yang akan didapat oleh pelanggan. Pelayanan dan harga sama-sama memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penulis berpendapat, pelayanan terbaik akan memberikan pengalaman terbaik pula di benak pelanggan dan harga yang diterapkan pun harus sesuai dengan manfaat yang diterima.

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Presepsi pelanggan mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Apalagi untuk perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas pelayanan

jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan. Dibawah ini penulis sajikan teori dan jurnal penelitian hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagai berikut: Secara teori, Farida Jaspar (2011: 19) mengemukakan dalam suatu sistem jasa, penyedia jasa dan pelanggan sebagai jasa harus mempunyai hubungan erat, dimana pelanggan merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya proses pelayanan. Selanjutnya Fandy Tjiptono (2016:125) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas pelanggan yang diukur dalam ukuran apapun. Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ambika Shastri (2015:2) yang menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Oldhy Ardana (2013: 2) menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa yang diinginkan disertai dengan kemampuan pelanggan untuk membeli pada tingkat harga atau kondisi tertentu. Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang merupakan barang-barang yang akan dibeli oleh pelanggan dengan



harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu. Sesuai dengan hukum permintaan yang berbunyi, makin rendah harga dari suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang, makin sedikit permintaan atas barang tersebut. Selanjutnya, Lupiyoadi (2013:101) menyatakan bahwa lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitanya dengan kepuasan pelanggan salah satunya adalah harga. Pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Indah Dwi Kurniasih (2014: 1) menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya. Dan penelitian juga dilakukan oleh Suci Wulansari (2013:3) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kepuasan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Loyal atau tidaknya pelanggan pada perusahaan kebugaran dan kesehatan dapat dilihat dari kepuasan yang mereka rasakan, kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pelanggan yang mengikuti latihan fisik di perusahaan kebugaran dan kesehatan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. jika pelanggan merasa puas dalam mengikuti kegiatan di perusahaan kebugaran dan kesehatan, maka selanjutnya dia akan memperhatikan peluang berlatih terus disitu dan lebih dalam kesempatan berikutnya. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama. Dalam hal ini Loyalitas dapat

disimpulkan bahwa 68 pelanggan yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membayar, tapi dari berapa sering dia melakukan aktivitas jasmani ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk masuk ke sini. Khasanah Ayu Arunika Utami dan Ayu (2016:3) menyatakan Pengujian pada kepuasan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Raharjo, A. (2013: 1-14). menyatakan bahwa kepuasan merupakan pendorong yang kuat bagi terbentuknya loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti pelanggan yang puas dengan membeli produk kosmetik hijau akan mendorong terciptanya pelanggan yang loyal. Hasil penelitian yang dilakukan Nisa, dkk (2013), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat berupa loyalitas pelanggan. Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Samsung Galaxy Series.

4. Kualitas layanan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Untuk terciptanya pelanggan yang loyal harus diimbangi dengan kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam perkembangan sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah klub kebugaran dan kesehatan untuk mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki

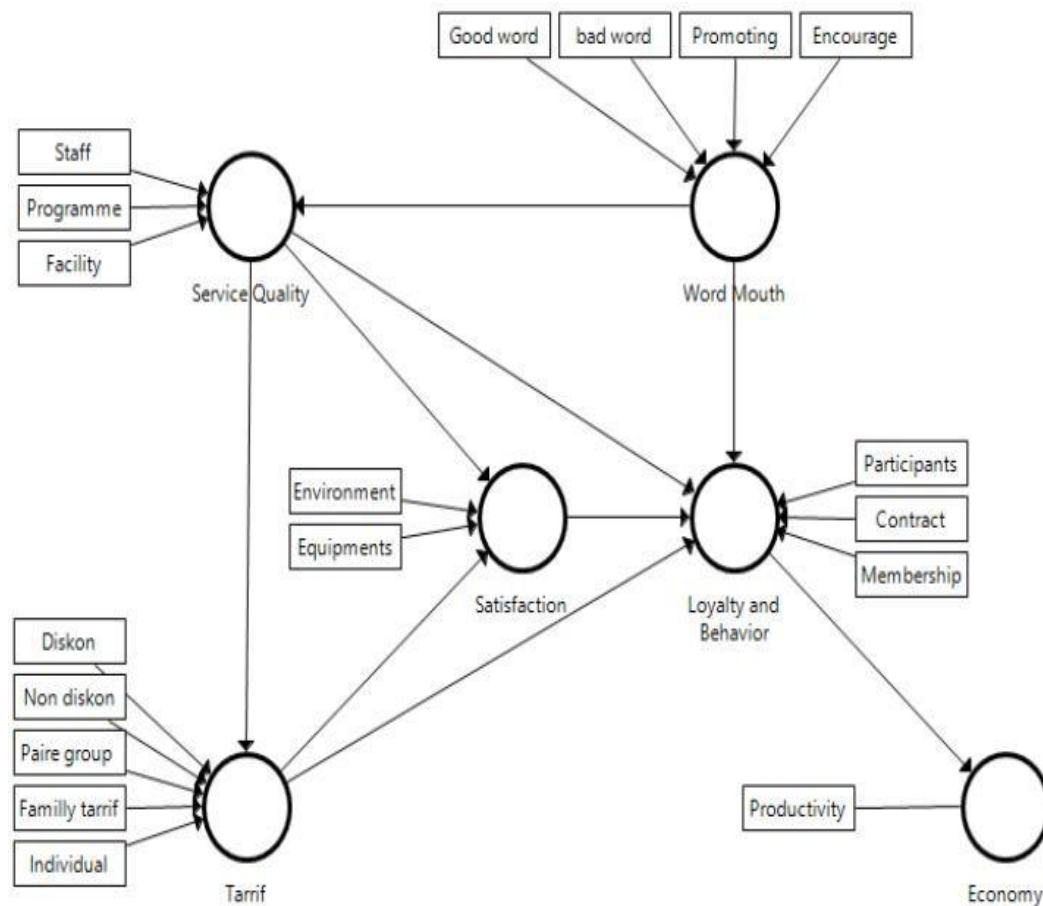
peran yang sangat besar dalam memediasi hubungan kualitas layanan dengan loyalitas. Penelitian yang dilakukan Dennisa dan Santoso (2016: 1-13) menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan menyatakana bahwa Sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan, maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono Fandy (2014:168), menjelaskan bahwa : “Dalam mengelola dan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya maka perusahaan mempertahankan bahkan meningkatkan pengelolaan kepuasan secara menyeluruh mengingat persaingan lingkungan pemasaran yang semakin tinggi memaksa perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing baik dari segi kualitas pelayanan maupun dari harga yang ditawarkan maka perusahaan harus dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan yang tujuannya agar dapat mempengaruhi pelanggan untuk mengadakan pembelian ulang pada perusahaan dan agar terciptanya loyalitas pelanggan bagi perusahaan”. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

##### 5. Pengaruh WOM terhadap Kualitas Layanan di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Kualitas layanan jasa kebugaran dan kesehatan merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi *word of mouth* (WOM). Kualitas layanan secara positif berpengaruh terhadap kecenderungan pelanggan untuk melakukan WOM. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kebugaran

dan kesehatan akan mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menciptakan WOM. Tapi apabila kualitas layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan maka WOM tidak akan tercipta atau konsumen akan melakukan WOM negatif. Minat merekomendasikan (WOM) dewasa ini menjadi salah satu alternatif yang banyak diharapkan memberikan solusi dan langkah strategis bagi perusahaan dan banyak peneliti untuk dapat membantu meningkatkan derajat manajemen hubungan pelanggan. Oleh karena itu, bagi sebagian perusahaan seringkali diidentifikasi “*word of mouth*” sebagai jaminan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang bagi para perusahaan (Vandaliza, 2007). Shabbir S, et al., (2010), menyatakan bahwa WOM merupakan suatu variabel yang mempengaruhi kualitas layanan. Penelitian ini menyatakan bahwa WOM secara positif berpengaruh terhadap kualitas jasa layanan. Novianti & Artant1 (2015: 1-11) hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Layanan dengan *Word of Mouth* secara langsung. Dapat disimpulkan bahwa WOM berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Selain itu juga Anita, N.L.N.Y. (2015) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap WOM. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif WOM dengan kualitas layanan.

Berdasarkan kerangka pemikiran maka peneliti gambarkan paradigma penelitian hubungan antara variabel harga, WOM, kualitas pelayanan, pada kepuasan pelanggan dan perilaku loyalitas seperti gambar sebagai berikut:



**Gambar 1: Paradigma Penelitian**

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kajian teori, kajian pustaka dan kerangka berpikir dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H1: *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap WOM di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.
2. H2: *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* (Kepuasan) di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

3. H3: *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* (Kepuasan) di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.
4. H4: *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.
5. H5: *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan survei deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dianalisis menggunakan structural pemodelan persamaan (SEM) untuk secara bersamaan menguji semua hubungan dalam model. SEM merupakan metode statistik yang menggunakan pendekatan konfirmatori dalam melakukan analisa multivariat dari teori struktural berdasarkan fenomena yang terjadi (Byrne, 1998). SEM biasanya terdiri dari dua model yaitu model pengukuran dan model persamaan struktural (Schumaker dan Lomax, 1996). Model pengukuran menetapkan bagaimana konstruk hipotesis diukur dalam bentuk variabel terobservasi dan menggambarkan alat-alat pengukuran seperti reliabilitas dan validitas. Model persamaan struktural mendefinisikan pola hubungan antar konstruk dan menggambarkan sejumlah varian yang tidak dijelaskan. (Holmes-Smith dan Rowe, 1994) menyatakan bahwa variabel terobservasi yang digunakan dalam analisis ini harus reliabel dan akurat dalam menjelaskan konstruk yang mendasari.

Mengembangkan kuesioner yang valid dan dapat diandalkan sangat penting untuk mengurangi kesalahan pengukuran, yang merupakan perbedaan antara atribut responden dan tanggapan survei mereka (Groves, 1987). Sementara validitas berarti bahwa kami mengukur apa yang kami klaim, keandalannya berkaitan dengan konsistensi ukuran. Dalam penelitian ini kesulitan mengembangkan kuesioner yang

valid dan dapat diandalkan, diatasi dengan beralih ke skala sebelumnya yang teruji dan divalidasi. Model diuji menggunakan kuesioner. Item yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk diadopsi dari penelitian yang ada untuk memastikan validitas konten, meskipun beberapa diadaptasi agar lebih sesuai dengan konteks klub kesehatan. Kualitas layanan dan dimensinya dievaluasi menggunakan SQAS (Lam et al., 2005). SQAS didasarkan pada enam dimensi: staf, program, ruang ganti, fasilitas fisik, fasilitas latihan, dan perawatan anak. Dari enam dimensi awal yang diusulkan dalam SQAS, perawatan anak dihapuskan, karena layanan itu tidak disediakan oleh klub kesehatan tempat penelitian ini dilakukan. Skala SQAS ini diuji dengan hasil positif dalam industri layanan kesehatan (Moreira and da Silva, 2015).

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat**

Tempat pelaksanaan penelitian ini di 10 tempat klub kesehatan (*fitness center*) di Klaten dan Yogyakarta, yaitu DM Fitness, Rock Fitness, Mastes Gym, Western Gym, Sazkia Gym, Mars Gym, Empire Gym, Stars Fitness, BK Fitness, dan Soen Fitness.

### **2. Waktu**

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya permohonan validasi instrumen ahli materi dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan



pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk tesis dan proses bimbingan berlangsung.

### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

Sampel penelitian ini adalah pelanggan atau *costumer fitness center*/klub kesehatan di Klaten dan Yogyakarta. Sampel penelitian adalah subyek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jumlah lokasi *fitness center*/klub Kesehatan ada 10 *club* di Klaten dan Yogyakarta dengan jumlah sampling 200 sampel.

Pemilihan tempat fitness berdasarkan tingkat fasilitas yang hampir sama. Selain hal tersebut pemilihan tempat fitness juga berdasarkan lokasi yang tidak berjauhan.

### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel Eksogen (*exogenous*) adalah variabel yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, namun tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Variabel Endogen (*endogenous*) adalah variabel yang dianggap dipengaruhi oleh variabel lain dalam model.

1. Variabel Eksogen : *WOM* dan *Price*
2. Variabel Endogen : *Service Quality*, *Satisfaction*, *Loyalty Behaviour*

## **E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Sebuah pendekatan pemodelan persamaan struktural (SEM) digunakan dalam penelitian ini. SEM memungkinkan kita untuk memeriksa dan menguji hubungan kausal antara konstruk dan untuk menguji model terhadap data pengukuran yang diperoleh untuk mengidentifikasi seberapa baik model yang diusulkan sesuai dengan data (Hair et al., 2006). Kualitas layanan dan dimensinya dievaluasi menggunakan SQAS (Lam et al., 2005). SQAS didasarkan pada enam dimensi: staf, program, ruang ganti, fasilitas fisik, fasilitas latihan, dan perawatan anak. Dari enam dimensi awal yang diusulkan dalam SQAS, perawatan anak dihapuskan, karena layanan itu tidak disediakan oleh klub kesehatan tempat penelitian ini dilakukan. Skala SQAS ini diuji dengan hasil positif dalam industri layanan kesehatan (Moreira and da Silva, 2015).

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan structural pemodelan persamaan (SEM) untuk secara bersamaan menguji semua hubungan dalam model klub kesehatan/*fitness center* di Klaten dan Yogyakarta. Sebelum melakukan interview peneliti melakukan review mengenai klub kesehatan dan pengisian kuesioner dengan pelanggan.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsini Arikunto, 2006: 160). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pertanyaan

untuk diberi tanggapan oleh responden. (Sutrisno Hadi, 1991: 77) ada tiga langkah pokok dalam pembuatan angket sebagai instrumen sebagai berikut:

#### 1. Mendefinisikan konstruk

Medefinisikan konstruk adalah langkah pertama, yaitu membatasi variabel yang akan diukur. Variabel utama yang akan diukur adalah tingkat kepuasan yang diterima anggota pusat kebugaran dari jasa pelayanan pusat kebugaran tersebut. Untuk mengukur kepuasan di bidang jasa, peneliti menggunakan metode angket. Metode ini melakukan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (kemudahan).

#### 2. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah langkah kedua, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel di atas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden.

#### 3. Menyusun Butir-butir Pertanyaan

Menyusun butir-butir pertanyaan adalah langkah ketiga, dengan menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran isi faktor. (Sutrisno Hadi, 2004: 186) petunjuk-petunjuk dalam menyusun butir angket adalah sebagai berikut:

- a. Gunakan kata-kata yang tidak rangkap artinya.
- b. Susun kalimat yang sederhana dan jelas.
- c. Hindari kata-kata yang tidak ada gunanya.

- d. Hindari pertanyaan yang tidak perlu.
- e. Masukkan semua kemungkinan jawaban agar pilihan jawaban mempunyai dasar yang beralasan, tapi hindari pengkhususan yang tidak esensial, baik dalam pertanyaan ataupun jawaban.
- f. Perhatikan item yang dimasukkan harus diterapkan pada situasi kaca mata responden.
- g. Hindari menanyakan pendapat responden, kecuali pendapat itulah yang hendak diteliti.
- h. Hindari kata-kata yang terlalu kuat (suggestif, menggiring) dan yang terlalu lemah.
- i. Susun pertanyaan-pertanyaan yang tidak memaksa responden menjawab yang tidak sebenarnya karena takut akan tekanan-tekanan sosial.
- j. Hindari pertanyaan-pertanyaan yang *multiple* respons bila hanya satu jawaban yang diinginkan.
- k. Jika mungkin susunlah pertanyaan-pertanyaan sedemikian rupa sehingga dapat dijawab dengan hanya memberi tanda silang atau tanda-tanda *checking* lainnya.
- l. Pertanyaan harus diajukan sedemikian rupa sehingga dapat membebaskan responden dari berpikir terlalu kompleks.
- m. Hindari kata-kata sentimentil, seperti dungu, budak, proletar, diktator, kurang ajar, dsb. Sekiranya ada kata-kata yang lebih sopan dan netral.

Setiap pertanyaan dilengkapi dengan alternatif jawaban yang disusun berdasarkan skala linkert yang dimodifikasi. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Linkert berisi lima tingkatan jawaban mengenai ketersetujuan responden terhadap statemen atau pertanyaan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2010: 135). Untuk memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan, peneliti menggunakan skala 5. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecenderungan responden yang asal isi dari skala yang digunakan (Handi Irawan, 2002: 122).

Sebelum pengambilan data instrumen, dilakukan validasi/*expert judgment* dan disebut *content validity*. Dosen ahli dalam penelitian ini yaitu Prof. Dr. Tomoliyus, M. S. dan Ahli Managemen Rohman Ardhi, S. E., M. M. Alternatif jawaban terdiri dari 5 alternatif jawaban, skor 1 untuk jawaban “sangat tidak puas”, skor 2 untuk jawaban “tidak puas”, skor 3 untuk jawaban “cukup”, skor 4 untuk jawaban “puas”, skor 5 untuk jawaban “sangat puas”. Angket berbentuk pilihan, sehingga responden hanya membubuhkan tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan responden. Langkah yang penting dalam hal ini adalah menyusun butir-butir pertanyaan harus merupakan penjabaran dari isi. Untuk menyusun butir-butir pertanyaan dibuat kisi-kisi angket terlebih dahulu. Kisi-kisi angket dapat dilihat pada tabel 1 pada halaman berikut ini:

**Tabel 1. Kisi-Kisi Angket**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor</b>
<p>Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (WOM), Dan Harga Di Klub Kesehatan (<i>Fitness Center</i>) Di Klaten dan Yogyakarta</p>	Kualitas Layanan	<p>a. Kenyamanan alat dan fasilitas</p> <p>b. Kebersihan alat dan fasilitas</p> <p>c. Penampilan dan perilaku karyawan</p>	1, 2, 3
	Kepuasan Pelanggan	<p>a. Kinerja dan profesionalisme karyawan</p> <p>b. Perhatian dan pelayanan <i>Fitness Center</i> terhadap konsumen</p>	4, 5
	Kata dari Mulut ke Mulut (WOM)	<p>a. Respons <i>Fitness Center</i> terhadap masukan konsumen</p> <p>b. Respons karyawan terhadap konsumen yang membutuhkan bantuan</p>	6, 7, 8, 9

		<p>c. Respons dari <i>old member</i> kepada <i>new member</i> di <i>Fitness Center</i></p> <p>d. Respons pelanggan terhadap keluarga dan saudara</p>	
	Harga	<p>a. Jaminan keamanan bagi konsumen</p> <p>b. Jaminan fasilitas bagi konsumen</p> <p>c. Diskon untuk <i>new member</i></p> <p>d. Jaminan kepuasan bagi pelanggan</p> <p>e. Tinggi rendahnya harga yang harus dibayarkan</p>	10, 11, 12, 13, 14
	Perilaku Loyalitas	<p>a. Keinginan pelanggan untuk kembali melakukan</p> <p>b. Keinginan pelanggan untuk mengajak orang lain</p>	15, 16, 17

		c. Keinginan pelanggan untuk mempromosikan di media social	
--	--	--	--

## F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pada bab 3 ini, penulis menyajikan data yang diolah dari hasil penelitian dalam bentuk tabel-tabel yang meliputi data tentang penilaian responden mengenai variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kata dari mulut ke mulut, harga, dan loyalitas. Studi sampel pada Klub Kesehatan (*Fitness Center*) di Klaten dan Yogyakarta. Instrumen yang valid dan reliabel dibutuhkan untuk memperoleh hasil penelitian yang terpercaya. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang seharusnya diukur. Reliabel berarti jika instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Uji validitas dan reliabilitas perlu diadakan pada alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator dalam penelitian ini semuanya menggunakan alat bantu program computer AMOS 23. Berikut ini adalah pengujian validitas dan reliabilitas indikator-indikator dari variabel dalam penelitian yang akan diujikan, dapat dilihat di bawah ini:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan valid. Hal ini berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur. Hasil instrumen disebut valid jika data yang terkumpul



dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kuesioner valid jika nilai korelasi R hitung  $>$  R tabel (Sugiyono, 2008:248). Pengujian instrumen menggunakan sampel sebanyak 200 orang, yang dimaksudkan agar butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar memiliki tingkat validitas yang dapat diandalkan karena nilai r tabel yang dimaksudkan cukup tinggi.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan reliabel. Reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang sudah dikembangkan.

## **G. Teknik Analisis Data**

Setelah data dikumpulkan, data perlu diolah atau dianalisis. Analisis data merupakan pekerjaan yang sangat kritis dalam proses penelitian. Peneliti harus secara cermat menentukan pola analisis bagi data penelitiannya. Kualitas layanan dan dimensinya dievaluasi menggunakan SQAS (Lam et al., 2005). SQAS didasarkan pada enam dimensi: staf, program, ruang ganti, fasilitas fisik, fasilitas latihan, dan perawatan anak. Dari enam dimensi awal yang diusulkan dalam SQAS, perawatan anak dihapuskan, karena layanan itu tidak disediakan oleh klub kesehatan tempat penelitian ini dilakukan. Skala SQAS ini diuji dengan hasil positif dalam industri layanan kesehatan (Moreira and da Silva, 2015). Investigasi sistematis diperlukan untuk menghasilkan serangkaian item yang keduanya merupakan konten yang representatif dan relevan dengan konten untuk pengaturan kesehatan

kebugaran. Tujuan dari penelitian ini ada dua. Pertama, penelitian ini dirancang mengembangkan item *Service Quality Assessment Scale* (SQAS) untuk menilai kualitas layanan klub kesehatan kebugaran. Fokus utama dari proses pengembangan adalah untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan sehingga berbagai aspek kualitas layanan dapat dievaluasi. Kedua, item untuk SQAS dievaluasi dengan analisis faktor eksplorasi, analisis faktor konfirmatori, dan pengujian invarian gender, serta langkah-langkah keandalan konsistensi internal mengikuti prosedur pengembangan skala saat ini yang digunakan di bidang pengukuran.

Harapan penelitian adalah pencarian situasi aktual di *fitness* Klaten dan Yogyakarta melalui Variabel yang di bawah:

- a. Variabel kualitas layanan
- b. Variabel kepuasan pelanggan di *Fitness*
- c. Variabel mulut ke mulut (WOM)
- d. Variabel harga
- e. Variabel loyalitas

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis structural equation model (SEM). Sebelum peneliti melakukan analisis menggunakan SEM, terlebih dulu dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi sebagai prasyarat analisis SEM.

#### 1. Asumsi dalam SEM

Asumsi-asumsi yang seharusnya dipenuhi dalam Model Persamaan Struktural antara lain,

a) Normalitas

Asumsi normal diperlukan dalam analisis karena seluruh uji statistik dihitung dengan asumsi data normal. Hasil kajian empiris dari (West et al., 1995) terhadap penggunaan SEM pada data non-normal multivariate ditemukan bahwa: (1) nilai chi-squares yang dihasilkan dari metode estimasi maximum likelihood (ML) dan generally least squares (GLS) akan menjadi sangat besar nilainya, (2) jika sampel turun dan non-normal meningkat maka peneliti akan menghadapi improper solution (jawaban yang tidak sesuai), (3) jika data non-normal maka ukuran fit index akan menghasilkan nilai yang under estimate. Dalam software AMOS, pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan nilai Critical Ratio atau CR pada output AMOS. Bila CR lebih besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi data tidak normal. Nilai kritis berdasarkan tingkat signifikansi 1% dapat ditentukan sebesar  $\pm 2,58$  (Ghozali, 2005: 128).

b) Tidak ada Outlier

Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal ataupun variabel-variabel kombinasi. Deteksi terhadap multivariate outliers dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*. Suatu observasi dinyatakan sebagai outlier jika memiliki jarak (*distance*) yang signifikan dengan pusat observasi pada tingkat signifikansi  $p < 0,001$  dengan derajat kebebasan sejumlah konstruk yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2005: 130).

## 2. Analisis Konfirmatori

*Confirmatory Analysis* (CFA) adalah model pengukuran di mana variabel-variabel teramati (indikator-indikator) merefleksikan satu variabel laten tertentu (*latent dimension*). Analisis konfirmatori digunakan untuk menguji konsep yang dibangun dengan menggunakan beberapa indikator terukur.

## 3. *Path Analysis*

Diagram alur akan mempermudah peneliti untuk melihat hubungan kausalitas yang akan diuji. Adapun dalam menyusun bagan alur dapat digambarkan dengan hubungan antar konstruk melalui anak panah. Anak panah yang digambarkan lurus menyatakan hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Sedangkan garis garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Model ini menunjukkan adanya konstruk-konstruk eksogen dan endogen (Ghozali, 2014). 1) Konstruk eksogen dikenal sebagai *source variables* atau *independent variables* yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah. 2) Konstruk endogen merupakan faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk yang dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

## 4. *Goodness of Fit* (GOF)

Kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria goodness of fit. Tindakan pertama adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM yaitu uji normalitas, uji outliers.

Selanjutnya peneliti melakukan uji kesesuaian dan uji statistik. Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* yang digunakan untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak, adalah:

a) *Chi-Square*

Model uji ini digunakan untuk mengembangkan dan menguji seberapa dekat kecocokan antara matriks kovarian sampel dengan matriks kovarian model atau bisa didefinisikan apakah sebuah model yang terbentuk sesuai dengan datanya. Semakin kecil nilai  $X^2$  maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitasnya dengan *cut-off* sebesar  $p=0,05$  atau  $p=0,10$  (Hulland et al, 1996), tergantung tingkat signifikansi yang diambil peneliti. Jika nilai  $p>0,05$  atau  $p>0,10$  menandakan bahwa  $H_0$  diterima, dan matriks input yang diprediksi dengan sebenarnya tidak berbeda secara statistik.

b) *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan nilai indeks yang digunakan untuk mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarian populasinya, mencoba memperbaiki kecenderungan *chi-square* menolak model, dengan mengkompensasi *chi-square* statistik dalam sampel yang besar (Ghozali, 2014). Nilai RMSEA menunjukkan nilai *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair et al., 1995). Nilai  $RMSEA \leq 0,05$  merupakan nilai indeks yang dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degrees of freedom*. Sedangkan  $0,05 < RMSEA < 0,08$  maka model ini diterima yang menunjukkan sebuah model *good fit*.

c) *Goodness of Fit Indexs* (GFI)

GFI merupakan ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan *observed* matriks kovarians, yang dikembangkan oleh Joreskoq dan Sorbon Tahun 1984 (Ghozali, 2014). GFI sering disebut sebagai indeks kesesuaian, yang digunakan untuk menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi (Bentler, 1983; Tanaka & Huba, 1989). GFI merupakan ukuran non statistical yang mempunyai rentang nilai antara 0,00 (poor fit) sampai dengan 1,00 (perfect fit). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah better fit. Nilai yang disyaratkan oleh beberapa ahli untuk menilai kecocokan model ini adalah 0,90 (Ghozali, 2014). Nilai ini mengisyaratkan bahwa model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik.

d) Tucker Lewis Indexs (TLI)

Merupakan indeks kesesuaian incremental yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model. Ukuran ini menggabungkan ukuran parsimony ke dalam indeks komparasi antara *proposed* model dan null model. TLI digunakan untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kompleksitas model. Nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1, dan nilai penerimaan yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah  $\geq 0,90$  (Ghozali, 2014). TLI merupakan indeks yang kurang dipengaruhi oleh sampel.

e) *Comparative Fit Index* (CFI)

CFI juga merupakan indeks kesesuaian incremental. Besaran indeks ini adalah antara 0 sampai dengan 1. Nilai CFI yang mendekati 1 mengindikasikan

model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Nilai CFI penerimaan yang direkomendasikan adalah  $> 0,90$ .

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

Sebelum melakukan penelitian, perlu ada persiapan yang matang agar habatan-habatan yang terjadi di lapangan dapat dikurangi. Deskripsi dalam penelitian dilakukan delapan tahapan sebagai berikut.

**Tahapan pertama** kali adalah menentukan topik, variabel dan hipotesis penelitian karena penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Untuk mendukung hipotesis tersebut, peneliti melakukan analisis dokumen dengan studi literatur atau studi pustaka, yaitu mencari, mempelajari dan memahami literatur-literatur yang relevan mengenai teori, asumsi, maupun data-data yang terkait baik dari buku, jurnal hasil penelitian terdahulu.

**Tahapan kedua** adalah mencari sasaran penelitian yang sesuai dan cocok dengan permasalahan yang akan dikaji. Karena peneliti ingin meneliti tentang kualitas layanan, WOM, Kepuasan, harga dan perilaku loyalitas di klub kebugaran dan kesehatan, maka dipilihlah klub kebugaran dan kesehatan yang di Kabupaten Klaten dan Yogyakarta sebagai sasaran dalam penelitian ini.

**Tahapan ketiga adalah** menyusun desain penelitian. Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, maka desain penelitian merupakan alat penentu bagi peneliti dalam melakukan proses penyusunan instrumen penelitian dan menghasilkan data yang valid dan dapat diandalkan. Setelah melakukan analisis dokumen telah dihasilkan kisi-kisi angket perilaku oleh pihak ketiga: kualitas



layanan, kepuasan pelanggan, kata dari mulut ke mulut (wom) dan harga di klub kesehatan (*fitness center*) di Yogyakarta pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2. Kisi-Kisi Angket Kualitas Layanan, Kepuasan, WOM dan Harga**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor
Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut, Dan Harga Di Klub Kesehatan ( <i>Fitness Center</i> ) Di Yogyakarta	Kualitas Layanan	a. Kenyamanan alat dan fasilitas b. Kebersihan alat dan fasilitas c. Penampilan dan perilaku karyawan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,
	Kepuasan Pelanggan	a. Kinerja dan profesionalisme karyawan b. Perhatian dan pelayanan <i>Fitness Center</i> terhadap konsumen	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20,
	Kata dari Mulut ke Mulut (WOM)	a. Respons <i>Fitness Center</i> terhadap masukan konsumen b. Respons karyawan terhadap konsumen yang membutuhkan bantuan c. Respons dari <i>old member</i> kepada <i>new member</i> di <i>Fitness Center</i>	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
	Harga	a. Jaminan keamanan bagi konsumen b. Jaminan fasilitas bagi konsumen	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40

Setelah itu dilakukan FGD untuk mencari kesepakatan ahli apada indicator dan item agket, selanjutnya di;akukan penil;aian ahli. Hasil penilaian ahli pada indicator dan item angket tersebut, di analisis dengan formula Aiken, Hasilnya analisis Aiken semua aitem menunjukkan nilai koefesiensi V di atas 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa semua aitem valid secara konten.

**Tahapan keempat adalah Pengumpulan Data.** Pengumpulan data dilakukan sejak tanggal 14 Maret sampai dengan 23 maret 2020. Peneliti meminta bantuan pada petugas dalam bentuk tim untuk menemui responden di klub kebugaran dan kesehatan di Klaten dan Yogyakarta. Telah dihasilkan pengumpulan data dari angket sebanyak 200 responden sebagai subyek penelitian ini.

**Tahapan kelima** adalah analisis data. Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dikaji terlebih dahulu dilakukan analisis dengan *Structural Equation Model* (SEM) dengan software AMOS 23. Adapun urutan langkah-langkah analisis tersebut meliputi:

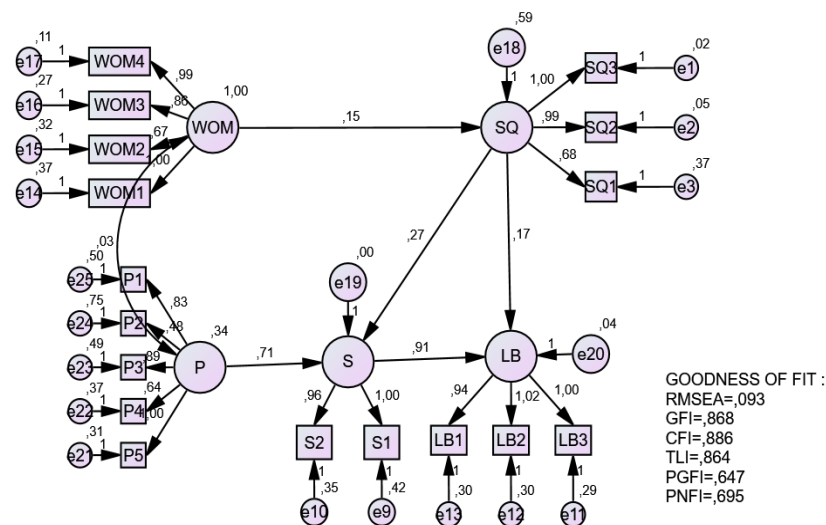
### **1. Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori**

Pengembangan model dalam penelitian ini didasarkan atas konsep analisis data. Secara umum model tersebut terdiri dari variabel eksogen yaitu *Word of Mouth* (WOM) dan *Price* (P). Adapun variable endogen dalam penelitian ini adalah *Service Quality* (SQ), *Satisfaction* (S) dan *Loyalty Behaviour* (LB).

### **2. Langkah 2 & 3: Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural**

Langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan struktural. Ada 2 hal yang perlu

dilakukan yaitu menyusun model structural yaitu dengan menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menentukan model yaitu menghubungkan konstruk laten endogen dan eksogen dengan variabel indikator atau *manifest* sebagaimana gambar 2.



**Gambar 2. Diagram Jalur**

### 3. Langkah 4: Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan

Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis multivariate lainnya. SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau metrik korelasi. Estimasi model yang digunakan adalah estimasi maksimum *likelihood* (ML) yang telah terpenuhi dengan asumsi sebagai berikut:

a) Normalitas Data

Asumsi normalitas data harus dipenuhi agar data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM. Pengujian normalitas secara *multivariate* ini adalah dengan mengamati nilai *Critical Ratio (CR)* data yang digunakan, apabila nilai CR data berada diantara rentang  $\pm 2,58$ , maka data penelitian dapat dikatakan normal. Normalitas data yang digunakan dalam analisis ini seperti yang disajikan dalam tabel 3:

**Tabel 3. Uji Normalitas**

Variable	Min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
P1	2,000	5,000	-1,002	-5,489	,552	1,512
P2	2,000	5,000	-1,053	-5,766	,427	1,169
P3	2,000	5,000	-1,048	-5,739	,451	1,234
P4	2,000	5,000	-,794	-4,349	,547	1,497
P5	2,000	5,000	-,795	-4,356	,027	,073
WOM4	1,000	5,000	-,486	-2,659	,431	1,179
WOM3	1,000	5,000	-,333	-1,824	,134	,367
WOM2	2,000	5,000	-,130	-,710	-,533	-1,460
WOM1	1,000	5,000	-,642	-3,514	,899	2,463
LB1	2,000	5,000	-,845	-4,628	,432	1,182
LB2	2,000	5,000	-,722	-3,957	-,129	-,352
LB3	2,000	5,000	-,795	-4,353	,045	,123
S2	2,000	5,000	-,774	-4,242	,232	,634
S1	2,000	5,000	-1,060	-5,808	,595	1,628
SQ1	2,000	5,000	-,795	-4,356	,027	,073
SQ2	2,000	5,000	-,798	-4,372	,207	,566
SQ3	2,000	5,000	-,767	-4,200	,242	,662
Multivariate					5,530	1,459

Hasil uji normalitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai cr pada multivariate sebesar 1,459 sudah berada diantara rentang  $\pm 2,58$  dan data penelitian dapat dikatakan normal. Sehingga data dalam penelitian ini dapat dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*.

#### b) Outliers

Outlier merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat berbeda dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrem, baik untuk sebuah variabel maupun variabel-variabel kombinasi. Adapun outlier dapat dievaluasi menggunakan analisis terhadap *multivariate outliers* dilihat dari nilai *Mahalanobis Distance*.

Uji *Mahalanobis Distance* dihitung dengan menggunakan nilai chi-square pada *degree of freedom* sebesar 17 indikator pada tingkat  $p < 0,001$  dengan menggunakan rumus  $X^2 (17;0,001) = 33,408$ . Hasil analisis ada tidaknya *multivariate outliers* dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4. Uji *Mahalanobis Distance***

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
65	33,032	,011	,868
169	31,884	,016	,771
100	30,703	,022	,751
68	29,831	,028	,734
18	29,559	,030	,621
43	28,796	,036	,644
74	28,510	,039	,565
149	28,301	,042	,474
116	28,054	,044	,404
25	27,833	,047	,338
8	27,565	,050	,297

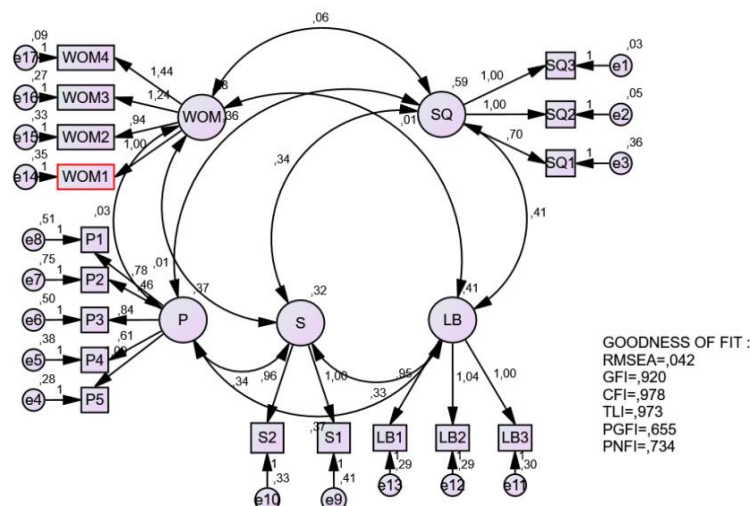
Pada tabel 4 ditemukan tidak adanya nilai yang lebih dari 33,408 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang outliers.

### c) Analisis Konfirmatori

Analisis konfirmatori digunakan untuk menguji konsep yang dibangun dengan menggunakan beberapa indikator terukur. Dalam analisis konfirmatori yang pertama dilihat adalah nilai *loading factor* masing-masing indikator. *Loading factor* dapat digunakan untuk mengukur validitas konstruk dimana suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Menurut Hair et al. (2010) angka minimal dari *factor loading* adalah  $\geq 0,5$  atau idealnya  $\geq 0,7$ . Apabila terdapat nilai yang masih dibawah 0,5 maka akan di keluarkan dari analisis.

Selanjutnya uji kesesuaian model konfirmatori diuji menggunakan *Goodness of Fit Index*. Hendryadi dan Suryani. (2014) membagi kriteria *GOFI* (*Goodness of Fit Index*) dalam 3 jenis kriteria yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices* dan *parsimony fit indices*. Dari ketiga jenis *GOFI* tersebut secara keseluruhan terdapat 25 kriteria, akan tetapi menurut Hair et al. (2010) dalam analisis *SEM*-Amos tidak mengharuskan semua kriteria terpenuhi, 4 – 5 kriteria saja cukup asalkan terdapat kriteria yang mewakili dari ketiga jenis kriteria *GOFI*.

Dalam penelitian ini diambil 2 kriteria dari masing-masing jenis *GOFI* yaitu CMINDF dan GFI mewakili *absolute fit indices*, CFI dan TLI mewakili *incremental fit indices* kemudian PGFI dan PNFI mewakili *parsimony fit indices*. Adapun hasil analisis konfirmatori adalah sebagaimana gambar 3:



**Gambar 3. Hasil Confirmatory Analysis**

Dengan nilai *loading factor* seperti pada tabel 5:

**Tabel 5. Nilai Loading Factors**

		Estimate
SQ3	<--- SQ	,974
SQ2	<--- SQ	,961
SQ1	<--- SQ	,665
P5	<--- P	,752
P4	<--- P	,514
P3	<--- P	,585
P2	<--- P	,308
P1	<--- P	,549
S1	<--- S	,663
S2	<--- S	,684
LB3	<--- LB	,760
LB2	<--- LB	,776
LB1	<--- LB	,745
WOM1	<--- WOM	,666
WOM2	<--- WOM	,654
WOM3	<--- WOM	,784
WOM4	<--- WOM	,929

Dari hasil analisis loading factor pada tabel 3 ditemukan bahwa semua indikator nilai *loading* faktornya telah mencapai 0,5 kecuali P2 sehingga indikator P2 harus dibuang. Setelah indikator P2 dibuang maka semua indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Selanjutnya dilakukan uji *goodness of fit* analisis konfirmatori dengan hasil seperti tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6. Uji GOF Analysis Confirmatory**

Fit Indeks	Goodness of Fit	Kriteria	Cut-off value	Keterangan
Absolute Fit	RMSEA	$\leq 0.08$	0.042	Fit
	GFI	$\geq 0.90$	0,920	Fit
Incremental Fit	TLI	$\geq 0.90$	0.978	Fit
	CFI	$\geq 0.90$	0.973	Fit
Parsimony Fit	PGFI	$\geq 0.60$	0.655	Fit
	PNFI	$\geq 0.60$	0.734	Fit

Dari hasil uji *goodness of fit* pada tabel 6 terlihat bahwa ada semua kriteria *goodness of fit* telah terpenuhi, sehingga dapat dikatakan bahwa model dalam penelitian ini telah fit.

#### e. Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1 sehingga semakin tinggi koefisien (mendekati angka 1), semakin reliabel alat ukur tersebut. Reliabilitas konstruk



yang baik jika nilai *construct reliability* > 0,7 dan nilai *variance extracted*-nya > 0,5 (Yamin & Kurniawan, 2009). Dari hasil penghitungan maka diperoleh hasil sebagaimana tabel 7:

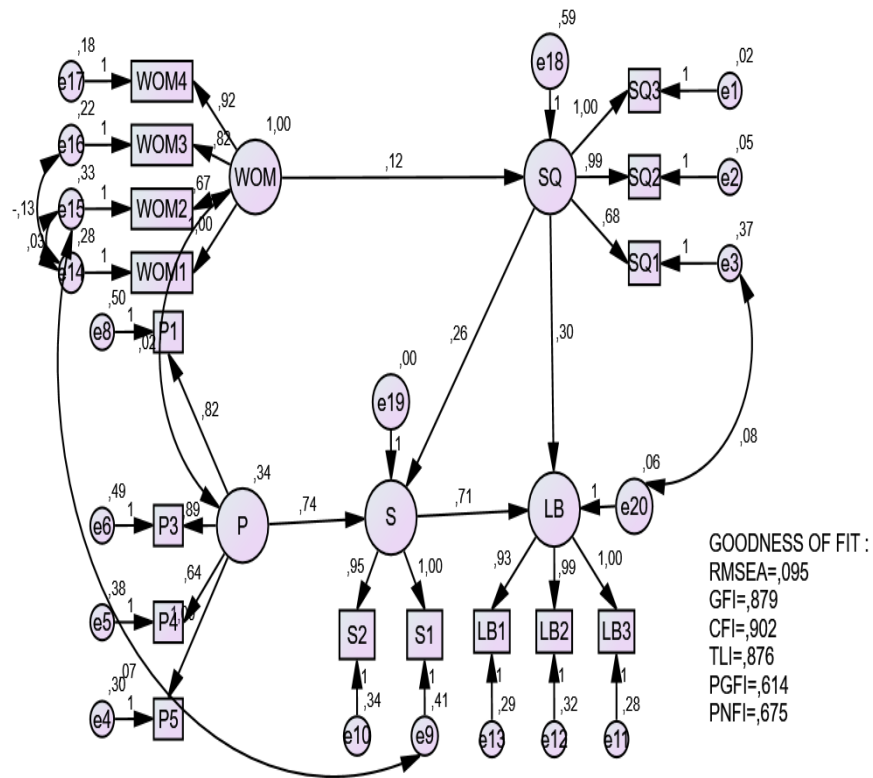
**Tabel 7. Uji Reliabilitas**

Indikator	Standar Loading	Standar Loading <sup>2</sup>	Measurement Error	CR	VE
SQ3	,974	0,607	0,393	0,8	0,6
SQ2	,961	0,496	0,504		
SQ1	,665	0,498	0,502		
P5	,752	0,687	0,313	0,8	0,7
P4	,514	0,584	0,416		
P3	,585	0,588	0,412		
P1	,549	0,615	0,385		
S1	,663	0,581	0,419	0,9	0,5
S2	,684	0,619	0,381		
LB3	,760	0,590	0,410	0,7	0,6
LB2	,776	0,411	0,589		
LB1	,745	0,661	0,339		
WOM1	,666	0,585	0,415	0,8	0,5
WOM2	,654	0,648	0,352		
WOM3	,784	0,386	0,614		
WOM4	,929	0,411	0,589		

Dari tabel 7 dapat diketahui bahwa reliabilitas konstruk (*construct reliability*) semua variabel sudah menunjukkan  $\geq 0,7$ . Adapun untuk *variance extracted* pada penelitian ini, masing – masing variable juga sudah memiliki nilai diatas 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### 4. Langkah 5 dan 6: Modifikasi Model dan Uji *GOF* model lengkap

Model *path analysis* akhir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 4. Diagram Jalur Model Final**

Adapun hasil uji *Goodness of Fit* telah menunjukkan bahwa semua kriteria telah terpenuhi dan model dapat dikatakan Fit sebagaimana seperti tabel 8:

**Tabel 8. Hasil Uji Goodness of Fit**

Fit Indeks	Goodness of Fit	Kriteria	Cut-off value	Keterangan
Absolute Fit	RMSEA	$\leq 0.08$	0.095	Marginal Fit
	GFI	$\leq 0,90$	0,879	Marginal Fit
Incremental Fit	TLI	$\geq 0.90$	0.902	Fit
	CFI	$\geq 0.90$	0.876	Marginal Fit
Parsimony Fit	PGFI	$\geq 0.60$	0.614	Fit
	PNFI	$\geq 0.60$	0.675	Fit

## B. Hasil Uji Hipotesis

Analisis selanjutnya adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara full model untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Adapun hasil uji *regression weight* dalam penelitian ini adalah sebagaimana tabel

9

**Tabel 9. Hasil Uji Regression Weight**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SQ	<---	WOM	,123	,060	2,052	,040	
S	<---	P	,738	,113	6,511	***	
S	<---	SQ	,255	,053	4,860	***	
LB	<---	S	,705	,121	5,810	***	
LB	<---	SQ	,298	,059	5,059	***	

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 9 uji *Regression Weight* menunjukkan nilai *Critical Ratio* (CR) diatas 1,96, dan nilai *probability* (P) dibawah 0,05/5% (Ghozali & Imam. 2013) maka hipotesis penelitian yang diajukan dinyatakan diterima.

### **C. Pembahasan**

Secara rinci pengujian hipotesis penelitian secara bertahap sesuai hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan 5 hipotesis yang selanjutnya akan dibahas sebagai berikut:

#### **1. Hipotesis 1.** WOM berpengaruh signifikan terhadap Service Quality di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada tabel 7, diketahui bahwa nilai CR 2,052 dan nilai P sebesar 0.040. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai CR diatas 1,96 dan nilai P di bawah 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa WOM berpengaruh signifikan terhadap *Service Quality*, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian Namkung et al., (2010) ada pengaruhnya tindakan keluhan pelanggan terhadap *Service Quality*. Selain itu juga diperkuat oleh hasil penelitian Sadeghi, A., et al., (2018) yang menyebutkan bahwa keluhan pelanggan ada hubungan yang signifikan dengan *Service Quality*. Hal ini disebabkan bahwa Pelanggan terhadap ketidakpuasan dapat terjadi dikelompokkan menjadi tiga jenis: perilaku pengaduan suara, perilaku pengaduan pribadi, dan perilaku keluhan pihak ketiga. Keluhan suara termasuk keluhan ke layanan pemberi. Keluhan pribadi termasuk komentar Kata Dari Mulut ke Mulut dan beralih ke layanan baru pemberi.

Akhirnya, keluhan pihak ketiga menunjukkan pengaduan yang ditujukan individu atau organisasi eksternal di luar lingkaran sosial pelanggan yang tidak terlibat langsung dengan situasi. Upaya tersebut dan keterlibatan yang terkait dengan keluhan kepada pihak ketiga biasanya menunjukkan tingkat yang tinggi ketidakpuasan, ketidak mampuan menjawab dari perusahaan, atau faktor terkait yang bias sangat mengancam kualitas dan hubungan pemasaran (Sadeghi, A., et al., 2018)

**2. Hipotesis 2.** *Price* signifikan terhadap *Satisfaction* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada tabel 7, diketahui bahwa nilai CR 6,511 dan nilai P sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai CR bernilai negatif dan nilai P di atas 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Price* signifikan terhadap *Satisfaction*. Sehingga H2 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini diperkuat oleh literatur menunjukkan harga memiliki dampak besar bagi konsumen untuk membeli pada perilaku sangat efektif (Octabriyantiningtyas, D., & Suryani, E. 2019). Selain itu juga menurut Rajput, et.al (2012: 487) harga memiliki pengaruh yang signifikan yang dirasakan kualitas ketika satu-satunya informasi ditunjukkan tersedia. Karena harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen termudah dari program pemasaran untuk disesuaikan; fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi (Vinita, K., S., D. P. C., & Sourabh, S., 2015 ; Pasharibu, Y., et al., 2018).), selain itu juga karena harga

memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi (Ali Qalati, S., et al., 2019).

**3. Hipotesis 3:** *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada tabel 7, diketahui bahwa nilai CR 4,860 nilai P sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai CR diatas 1,96 dan nilai P dibawah 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction*. Sehingga H3 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini disukung oleh hasil penelitian Yusof, A., Popa, A., & Geok, S. K. (2018b) yang menyebutkan bahwa ada hubungan yang signifikan *Service Quality* dengan *satisfaction* di *fitness center* di Thailand. Selain itu juga hasil penelitian studi kasus di Rewa Fight Gym oleh Octabriyantiningtyas, D., & Suryani, E. (2019) menyebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan *service Quality* dengan *satisfaction*. Disamping itu juga hasil penelitian ini diperkuat oleh Yıldız, K., et al., (2018) menghasilkan bahwa *service Quality* sangat menentukan *satisfaction* pelanggan. Hal ini disebabkan bahwa elemen layanan dan atribut pribadi sangat penting dalam memberikan layanan kebugaran meliputi fasilitas modern, sikap dan keterampilan karyawan, tawaran keanggotaan dan paket harga, program, jam operasi, keamanan barang pribadi (Tsitskari, Eet al.,2017), dan ketentuan layanan yang konsisten Yıldız, K., et al.,2018).

**4. Hipotesis 4:** *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada tabel 7, diketahui bahwa nilai CR 5,810 dan nilai P sebesar 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai CR diatas 1,96 dan nilai P di bawah 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour*. Sehingga H4 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitiannya Kim, P. & Han, J. (2013) yang mengatakan bahwa *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *loyalty behavior*. Selain itu juga diperkuat oleh hasil penelitiannya Khairunnisa, N., Munandar, J. M., & Najib, M. (2018) yang menyebutkan bahwa *Satisfaction* merupakan factor penting untuk keberhasilan perilaku loyal. Karena dengan Pelanggan yang puas cenderung menggunakan layanan lebih sering, memiliki niat kuat untuk membeli kembali, dan merekomendasikan layanan kepada kenalan mereka (Rashid, A., & Rokade, V., 2019). Selanjutnya, kepuasan lebih besar pada pelanggan meningkatkan toleransi pelanggan terhadap harga yang lebih tinggi, menghasilkan reputasi yang lebih baik bagi perusahaan dan menurunkan biaya keduanya menarik pelanggan baru dan sumber daya yang diperlukan untuk mengelola keluhan. Pengakuan akan adanya hubungan positif antara kepuasan, retensi dan niat pembelian kembali menekankan pentingnya mengidentifikasi dan menjelaskan kondisi di mana kepuasan dikembangkan (Kuo, H. P., & Wu, K. L., 2014).

**5. Hipotesis 5:** *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada tabel 7, diketahui bahwa nilai CR 5,059 dan nilai P sebesar 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai CR diatas 1,96 dan nilai P di bawah 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour*. Sehingga H5 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini didukung dari hasil penelitian Wicaksono, P. D., & Aprianingsih, A. (2016) yang menghasilkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Behaviour*. Begitu juga diperkuat oleh hasil penelitian Rashid, A., & Rokade, V. (2019) yang menyebutkan bahwa *service quality* mempunyai pengaruh yang positif pada perilaku loyal.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari berbagai keterbatasan yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini, oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk memberikan saran bagi penelitian selanjutnya, agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

1. Penelitian ini hanya terbatas pada sampel pelanggan tiga klub kebugaran dan kesehatan di klaten dan dua klub kebugaran dan kesehatan di Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan.
2. Bahasa dalam instrumen butir-butir pertanyaan kurang mampu dimengerti oleh para responden.



3. Peneliti hanya mefokuskan jasa klub kebugaran dan kesehatan Klaten dan Yogyakarta saja, sehingga hasil nya belum bisa digeneralisaikan ke jasa lainnya.
4. Dalam penelitian ini hanya diteliti tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kata dari mulut ke mulut, harga dan perilaku loyalitas pada klub kesehatan (*fitness center*) di Klaten dan Yogyakarta variable lain belum diteliti.

Meskipun terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yang menyebabkan tidak dapat digeneralisasi ke segala situasi, namun dengan pengujian terstruktur diharapkan tidak mengurangi tingkat keyakinan hasil penelitian yang diharapkan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan dari bab IV sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut ini:

1. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *WOM* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta, dengan nilai CR 2,052 dan nilai P sebesar 0.040.
2. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* (Kepuasan) di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta, dengan nilai CR 6,511 dan nilai P sebesar 0,000.
3. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* (Kepuasan) di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta, dengan nilai CR 4,860 dan nilai P sebesar 0,000.
4. *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta, dengan nilai CR 5,810 dan nilai P sebesar 0,000.
5. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty Behaviour* di Klub Kebugaran dan Kesehatan di Klaten dan Yogyakarta, dengan nilai CR 5,059 dan nilai P sebesar 0,000.

## **B. Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan perspektif para pemasar, untuk medesain rasangan-rasangan yang dapat meningkatkan kepuasan melalui harga, kualitas layanan dan *WOM* yang akhirnya dapat mendorong derajat loyalitas pelanggan. Strategi yang harus dilakukan oleh pihak klub kebugaran Klaten dan Yogyakarta adalah mengaplikasikan lima indikator harga yang wajar dan terjangkau oleh konsumen. Selain itu juga, pihak klub kebugaran Klaten dan Yogyakarta mengembangkan lima dimensi kualitas layanan yang diwujudkan dalam indikator pelayanan.

## **C. Saran**

Dari keterbatasan penelitian ini, maka peneliti memberikan saran dan rekomendasi yang disampaikan untuk para peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian mendatang dapat menggunakan sasaran Klub kebugaran dan kesehatan lainnya yang juga memfokuskan perbaikan aspek loyalitas pelanggan, sehingga didapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel selain harga, kualitas pelayanan, kepuasan kosumen, *WOM* yang juga dapat berpengaruh terhadap kualitas loyalty, yaitu *brand image*, *switching intentions*, *switching cost*, dan *customer commitment*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Qalati, S., Wen Yuan, L., Iqbal, S., Yassir Hussain, R., & Ali, S. (2019). Impact of Price on Customer Satisfaction: Mediating Role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector. *International Journal of Research*, 06(04).
- Ambika Shastri, (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Paramitha Graha Denpasar, *Jurnal EMBA*, vol.2, no.2, <http://ejournal.unsrat.ac.id>.
- Aminuddin Yusof , Arporn Popa and Soh Kim Geok (2018). Perception of Service Quality among Malaysian University Recreational Fitness Center Users. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* Vol. 8 , No. 7, July 2018, E-ISSN: 2222-6990 © 2018 HRMARS.
- Anita, N.L.N.Y. (2015), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap WOM Melalui Kepuasan Pada PT. Sarana Dewata Courier”, *Jurnal Manajemen UNUD*, Vol.4, No.8, Agustus, hal. 2192-2209.
- Afthinos, Y., Theodorakis, N.D. and Nassis, P. (2005) ‘Consumer’s expectations of service in Greek fitness centers’, *Managing Service Quality*, Vol. 15, No. 3, pp.245–258.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N. and Kasiara, A. (2001) ‘The behavioral consequences of perceived service quality: an exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece’, *European Sport Management Quarterly*, Vol. 1, No. 4, pp.280–299.
- Aslan, M., Koçak, M. S. (2011). *Determination of the service quality among sport and fitness centers of the selected universities*. *International Journal of Human Sciences* [Online]. 8:2, 818.
- Bates, 2008. Health Fitness Management. Library of Congress Cataloging in Publication Data. 10-11.
- Bolton, R.N. and Lemon, K.N. (1999) ‘A dynamic model of customer’s usage of services: usage as an antecedent and consequent of satisfaction’, *Journal of Marketing Research*, Vol. 36, No. 2, pp.171–186.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. and Zeithaml, V. (1993) ‘A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions’, *Journal of Marketing Research*, Vol. 30, No. 1, pp.7–27.

- Bloemer, J.M., Ruyter, K. and Wetzels, M. (1999) 'Linking perceived quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective', *European Journal of Marketing*, Vol. 33, Nos. 11–12, pp.1082–1106.
- Colgate, M. and Hedge, R. (2001) 'An investigation into the switching process in retail banking services', *International Journal Bank Marketing*, Vol. 19, No. 5, pp.201–212.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, hal. 1 - 13.
- Eddie T. C. Lam , James J. Zhang & Barbara E. Jensen (2005). *Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs*, *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9:2,79-111.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ke-4. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Model Persamaan Struktural Konsep & Analisis Dengan Program AMOS 21*. Semarang: UNDIP Press.
- Gebauer H, B. Edvardsson, A. Gustafsson, L. Witell. (2010) Match or mismatch: Strategy-structure configurations in the service business of manufacturing companies. *Journal of Service Research*, 13 (2) (2010), pp. 198-21.
- Groves, R.M. (1987) 'Research on survey data quality', *Public Opinion Quarterly*, Vol. 51, No. 2, pp.156–172.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Hendryadi dan Suryani. (2014). *Structural Equation Modelling Dengan LISREL 8.80*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.
- Hallowell, R., Schilesinger, L.A. and Zornitsky, J. (1996) 'Internal service quality, customer and job satisfaction: linkages and implications for management', *Human Resource Planning*, Vol. 19, No. 2, pp.20–31.
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Pt. Elex Mediakomputindo.

- Hair Jr., J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006) *Multivariate Data Analysis*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Haiyan Huang, 2014. *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, And Behavioral Intention Among Fitness Center Members Aged 60 Years And Over*. *Social Behavior And Personality*, 2014, 42(5), 757-768.
- Hermawan, Rudi (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (*Studi Empiris Pada PT. Nasmoco Magelang*). Other thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Hirschman, A.O. (1970) *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Houshang Taghizadeh, Karim Panahi. (2013). A comparative study of complaint behavior of loyal customers versus first customers. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*. vol.1, No. 3, pp. 330-337 ISSN 1805-3602.
- Indah Dwi Kurniasih. (2011). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang), *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, Vol. 1, No. 1. diakses 22 Mei 2017 <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/4316/3937>.
- Jaspar, Farida. (2009). *Manajemen Jasa*, Bogor : Ghalia Indonesia, hal. 9.
- Jacoby, J. and Jaccard, J.J. (1981) 'The sources, meaning and validity of consumer complaintbehaviour: a psychological analysis', *Journal of Retailing*, Vol. 57, No. 3, pp.4–24.
- Jae Ko Yong, L. Pastore Donna, 2004. *Current Issues and Conceptualization of Service Quality in the Recreation Sport Industry*. *Sport Marketing Quarterly*, 2004, 13, 158-166.
- Jay, Connie & Sparks, 2009. *Service Quality Management in Hospital, Tourism, and Leisure*. The Hawort Hospitaly Press, 7.
- Jinwook Jason Chung (2018). *Examining Impact of Intercollegiate Basketball Fans' Points of Attachment and Psychic Income on Word-of-Mouth, Social Media, and Attendance Behavior*. *Sport Entertainment & Venues Tomorrow*. 20-21.

- Johann Fuller, Kurt Matzler, 2007. *Customer delight and market segmentation: An application of the three-factor theory of customer satisfaction on life style groups*. *Tourism Management* 29 (2008) 116–126.
- Jones, M.A. and Suh, J. (2000) ‘Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis’, *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, No. 2, pp.147–159.
- Kim, P. & Han, J. (2013). Effects of Job Satisfaction on Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: The Case of a Local State-Owned Enterprise. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 10(1), 49-68.
- Khairunnisa, N., Munandar, J. M., & Najib, M. (2018). Customer Satisfaction and Loyalty on Customer Delivered Value of Postal and Shipping Service. *International Journal of Research and Review*, 5(11), 15–27.
- Kuo, H. P., & Wu, K. L. (2014). The influence of service quality on customer satisfaction in theme parks design of Taiwan. *Advanced Materials Research*, 1008–1009(01), 1543–1547. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.1008-1009.1543>.
- Kadir Yıldız, Ercan Polat, Pınar Güzel. 2018. A Study Investigating the Perceived Service Quality Levels of SportCenter Members: A Kano Model Perspective. *Journal of Education and Training Studies*, Vol. 6, No. 4.
- Khasanah Ayu Arunika Utami dan Ayu. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan( pengguna Apple iPhone di Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *E- Jurnal of Management* . Vol. 5 No. 3.
- Kotler, (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1. Terjemahan Hendra Teguh dan Roni Antonius Rusli. Jakarta: PT Prehallindo. 57.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Lam, E.T., Zhang, J.J. and Jensen, B.E. (2005) ‘Service quality assessment scale (SQAS): an instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs’, *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, Vol. 9, No. 2, pp.79–111.
- Mark Jaewon Chang, Daniel P. Connaughton, Ilyoung Ju, Jihye Kim, and Joon-Ho Kang, 2019. *The Impact of Self-Continuity on Fans' Pride and Word-of-Mouth Recommendations: The Moderating Effects of Team Performance*

*and Social Responsibility Associations. Sport Marketing Quarterly*, 2019, 28, 20-33.

Mark Jaewon Chang, Joon-Ho Kang, Yong Jae Ko, & Daniel P. Connaughton, 2017. *The Effects of Perceived Team Performance and Social Responsibility on Pride and Word-of-Mouth Recommendation*. *Sport Marketing Quarterly*, 2017, 26, 31-41.

McAllister, D.T and Erffmeyer, R.C. (2003) 'A content analysis of outcomes and responsibilities for consumer complaints to third-party organizations', *Journal of Business Research*, Vol. 56, No. 4, pp.341–351.

Moreira, A.C. and da Silva, P.M. (2015) 'The trust-commitment challenge in the service quality-loyalty relationship', *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 28, No. 3, pp.253–266.

Namkung, Y., Jang, S. and Choi, S.K. (2010) 'Customer complaints in restaurants: do they differ by service stages and loyalty levels?', *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 30, No. 3, pp.495–502.

Novianti dan Artanti. (2015) Pengaruh kualitas layanan terhadap word of mouth (wom) melalui kepuasan sebagai variabel intervening . *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 1 Nomor 1 Oktober 2015.

Octabriyantiningtyas, D., & Suryani, E. (2019). The Effect of Service Quality on T-Cash Customer Satisfaction using System Dynamics Framework. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 5(1), 76. <https://doi.org/10.20473/jisebi.5.1.76-84>.

Oldhy Ardana. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Caesar), *Jurnal UB*, Vol.1, No.2. <http://jurnal.ub.ac.id>.

Oliver, R.L. (1980) 'A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions', *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, No. 4, pp.460–469.

Oliver, R.L. (1999) 'Whence Consumer Loyalty?', *Journal of Marketing*, Vol. 53, No. 4, pp.33–44.

Ostrom A L, A. Parasuraman, D.E. Bowen, L. Patrício, C.A. Voss, K. Lemon. (2015). Service research priorities in a rapidly changing context. *Journal of Service Research*, 18 (2) , pp. 127-159.



- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 241–266. <https://doi.org/10.24914/jeb.v21i2.1965>.
- Papadimitriou, D.A. and Karateroliotis, K. (2000) ‘The service quality expectations in private sportand fitness centers: a re-examination of the factor structure’, *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 9, No. 3, pp.157–164.
- Park, S. and Kim, Y. (2000) ‘Conceptualizing and measuring the attitudinal loyalty construct inrecreational sports context’, *Journal of Sport Management*, Vol. 14, No. 3, pp.197–297.
- Passikoff Robert, 2006. *Predicting Market Success*. Simultaneously in Canada. 25-26.
- Raharjo, A. (2013). “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu AS”. *Jurnal Segmen Manajemen*. 9(1): h: 1-14.
- Roger. L Brooks, 2010. *The Power of Loyalty*. Entrepreneur Press. 17-18.
- Rashid, A., & Rokade, V. (2019). Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty. *UKH Journal of Social Sciences*, 3(1), 50–61. <https://doi.org/10.25079/ukhjss.v3n1y2019.pp50-61>.
- Sadeghi, A., Ghujali, T., & Bastam, H. (2018). The effect of organisational reputation on e-loyalty: The roles of e-trust and e-satisfaction. *Asean Marketing Journal VO - 10, X(1)*, 1–16. <https://doi.org/10.21002/amj.v10i1.10628>.
- Shabbir S, Ruediger H., dan Shehzad M. (2010). Service quality, Word of Mouth and Trust: Drivers to Achieve Patient Satisfaction. *Scientific Research and Essays*, Vol. 5, No. 17, pp. 2457-2462.
- Suci Wulansari. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Ahass MPM Motor Kediri), *Jurnal EMBA*, Vol.1, No.3, dilihat 22 Mei 2017, <http://ejournal.unsrat.ac.id>.
- Sari, Yenny and Surjani, Rosita Meitha and Tang, Rita (2013) Kajian Model Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan dengan Aplikasi Structural Equation Modeling serta Upaya Peningkatan Kualitas Layanan di Fitness Centre. Proceedings 7th National Industrial Engineering Conference 2013. ISSN 1412-3525.

- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Shilbury, et al, 2014. *Strategi Sport Marketing*. Routledge is an Imprint pf the Taylor & Francis Group an Informa Business. 14-15.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta. 135.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir-butir untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Metode Research Jilid 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tsitskari, E., Tzetzis, G., & Konsoulas, D. (2017). Perceived service quality and loyalty of fitness centers' customers: Segmenting members through their exercise motives. *Services Marketing Quarterly*, 38(4), 253–268. <https://doi.org/10.1080/15332969.2017.1366211>.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ulag W, W. Reinartz. (2011). Hybrid offerings: How manufacturing firms combine goods and services successfully. *Journal ofMarketing*, 75 (November) , pp. 5-23.
- Vinita, K., S., D. P. C., & Sourabh, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404–422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>.
- Vandaliza, V., (2007). Studi Mengenai Kepuasan Pelanggan Sebagai Langkah Strategik Dalam Membangun Minat Mereferensikan (Studi Kasus pada Nasabah PT. Setia Karib Abadi Semarang), *Tesis, Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponogoro*, Semarang.
- Van Ka Wai Lai, Michael Hitchcock, Dong Lu, & Yide Liu, (2018). *The Influence of Word of Mouth on TourismDestination Choice: Tourist–Resident Relationshipand Safety Perception among Mainland ChineseTourists Visiting Macau*. *Sustainability*2018,10, 2114.

- Wicaksono, P. D., & Aprianingsih, A. (2016). The Effects of Service Quality To Loyalty Intention : the Mediating Impact of Customer Satisfaction ( Case Study : Rewa Fight Gym ). *Journal of Business and Management*, 5(1), 59–69.
- Weisheng Chiu, Min-Seok Kwag, Jung-Sup Bae, 2015. *Customers as partial employees: the influences of satisfaction and commitment on customer citizenship behavior in fitness centers*. *Journal of Physical Education and Sport® (JPES)*, 15(4), Art 95, pp. 627 – 633.
- Yamin Sofyan, Kurniawan Heri. (2009). *SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yusof, A., Popa, A., & Geok, S. K. (2018b). Relationship between Perceptions of Fitness Facility Service Quality and Future Intentions of Fitness Center Users in Thailand. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 863–871. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i7/4424>.
- Yıldız, K., Polat, E., & Güzel, P. (2018). A Study Investigating the Perceived Service Quality Levels of Sport Center Members: A Kano Model Perspective. *Journal of Education and Training Studies*, 6(4), 177. <https://doi.org/10.11114/jets.v6i4.3045>.
- Yu, H. S., Zhang, J. J., Kim, D. H., Chen, K. K., Henderson, C., Min, S. D., & Huang, H. (2014). *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention Among Fitness Center Members Aged 60 Years and Over*. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 42(5), 757–767. doi:10.2224/sbp.2014.42.5.757.
- Zeithaml, et. al. (1996). *Delivering Quality Service*. New York: Free Press.
- Zulian Yamit. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (edisi pertama). Yogyakarta: Ekonisia.

## **Lampiran 1. Permohonan Validasi Instrumen Ahli Materi**

Hal : Permohonan Kesediaan Ahli Materi  
Lampiran : 1

Kepada Yth.  
Bapak Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.  
Dosen Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (*Wom*), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten Dan Yogyakarta, dengan ini saya:

Nama : Metasari Dian Nursanti  
NIM : 18711251046  
Prodi : Ilmu Keolahragaan  
Pembimbing : Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.

Demikian surat pengantar ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan bantuan yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 2 Juni 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.

NIP. 19570618 198203 1 004

## INSTRUMEN PENILAIAN UNTUK AHLI MATERI

Judul: Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (*Wom*), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten Dan Yogyakarta

Lembar penilaian ini dimaksudkan untuk mengetahui pendapat Bapak sebagai ahli materi pada penelitian Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (*Wom*), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten Dan Yogyakarta. Pendapat, kritik, saran, dan koreksi dari Bapak sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas alat yang saya kembangkan. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharap kesediaan Bapak untuk memberikan respons pada setiap pertanyaan sesuai dengan petunjuk di bawah ini.

### Petunjuk Penilaian Instrumen

- Lembar penilaian ini diisi oleh Ahli Materi
- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Jika perlu berilah komentar, pendapat, atau saran pada kolom yang tersedia
- Keterangan penilaian
  - 5 : Sangat Baik
  - 4 : Baik
  - 3 : Cukup
  - 2 : Kurang Baik
  - 1 : Sangat Kurang Baik

**Berilah tanda check list (✓) dan komentar serta saran pada kolom penilaian dan kolom keterangan tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani				V	
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V
<b>5</b>	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
<b>6</b>	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>				V	
<b>7</b>	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
<b>8</b>	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>				V	
<b>9</b>	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
<b>10</b>	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
<b>11</b>	Keamanan pemakaian alat-alat <i>fitness</i>					V

12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran				V	
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

### Komentar dan saran

### Kesimpulan

Produk aplikasi ini dinyatakan:

1. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
2. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
3. Tidak layak untuk digunakan diuji cobakan

Yogyakarta, 2 Juni 2020  
Ahli Materi



Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.

NIP. 19570618 198203 1 004

## PERMOHONAN VALIDASI INSTRUMEN AHLI MATERI

Hal : Permohonan Kesiediaan Ahli Materi  
Lampiran : 1

Kepada Yth.  
Bapak Rohman Ardhi, S. E., M. M.  
Ahli Manajemen

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (*Wom*), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten Dan Yogyakarta, dengan ini saya:

Nama : Metasari Dian Nursanti  
NIM : 18711251046  
Prodi : Ilmu Keolahragaan  
Pembimbing : Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.

Demikian surat pengantar ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan bantuan yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 2 Juni 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Tomoliyus, M. S.

NIP. 19570618 198203 1 004



## INSTRUMEN PENILAIAN UNTUK AHLI MATERI

Judul: Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (*Wom*), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten Dan Yogyakarta

Lembar penilaian ini dimaksudkan untuk mengetahui pendapat Bapak sebagai ahli materi pada penelitian Perilaku Oleh Pihak Ketiga: Menjelajah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kata Dari Mulut Ke Mulut (*Wom*), Dan Harga Di Klub Kesehatan (*Fitness Center*) Di Klaten Dan Yogyakarta. Pendapat, kritik, saran, dan koreksi dari Bapak sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas alat yang saya kembangkan. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharap kesediaan Bapak untuk memberikan respons pada setiap pertanyaan sesuai dengan petunjuk di bawah ini.

### Petunjuk Penilaian Instrumen

- Lembar penilaian ini diisi oleh Ahli Materi
- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Jika perlu berilah komentar, pendapat, atau saran pada kolom yang tersedia
- Keterangan penilaian
  - 5 : Sangat Baik
  - 4 : Baik
  - 3 : Cukup
  - 2 : Kurang Baik
  - 1 : Sangat Kurang Baik

**Berilah tanda check list (√) dan komentar serta saran pada kolom penilaian dan kolom keterangan tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)				V	
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>				V	
<b>5</b>	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
<b>6</b>	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
<b>7</b>	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan				V	
<b>8</b>	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
<b>9</b>	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
<b>10</b>	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
<b>11</b>	Keamanan pemakaian alat-alat <i>fitness</i>					V

12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member				V	
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

#### Komentar dan saran

#### Kesimpulan

Produk aplikasi ini dinyatakan:

4. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
5. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
6. Tidak layak untuk digunakan diuji cobakan

Yogyakarta, 3 Juni 2020  
 Ahli Materi  
 Rohman Ardhi, S. E., M. M.  
 Ahli Manajemen

## KUESIONER

**Nama** : Richa Febriana

**Tempat Fitness** : DM FITNESS

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Mey Rohmawati

**Tempat Fitness** : DM FITNESS

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Irzi Rora

**Tempat Fitness** : DM FITNESS

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Sukra Alhamda

**Tempat Fitness** : DM FITNESS

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Zega Wardana

**Tempat Fitness** : DM FITNESS

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Muhammad Fadil

**Tempat Fitness** : Western GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Eryana Kusumawati

**Tempat Fitness** : Western GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Dini Puspitasari

**Tempat Fitness** : Western GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Hillarius Dias Afrido

**Tempat Fitness** : Western GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Michael Kristiawan H

**Tempat Fitness** : Western GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>	V				
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Agnes Angella

**Tempat Fitness** : Rock GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : FX Risang Anugrah Gusti

**Tempat Fitness** : Rock GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Mutia Puspitasari

**Tempat Fitness** : Rock GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Elsa Putri Supriyanto

**Tempat Fitness** : Rock GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Muhammad Rafa Roshidan

**Tempat Fitness** : Rock GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara	V				
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Rizki Ibnu Indrastata

**Tempat Fitness** : Master GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Ratna Ningsih Aulia

**Tempat Fitness** : Master GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Trisna Wahyu Safitri

**Tempat Fitness** : Master GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Latifa Orian Oktaviani

**Tempat Fitness** : Master GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Ravalina Nunut Permata

**Tempat Fitness** : Master GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>	V				
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Cornelius Benito

**Tempat Fitness** : Sazkia GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Muhammad Evan Rizki

**Tempat Fitness** : Sazkia GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Daru Salim Pratama

**Tempat Fitness** : Sazkia GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Indri Widyawati

**Tempat Fitness** : Sazkia GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Cecillia Yuniar

**Tempat Fitness** : Sazkia GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>	V				
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara	V				
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Ulil Albab

**Tempat Fitness** : Mars GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Hendro Wardoyo

**Tempat Fitness** : Mars GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Ervan Hidayat

**Tempat Fitness** : Mars GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Gani Rahmadan

**Tempat Fitness** : Mars GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Surya Saputra

**Tempat Fitness** : Mars GYM

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>	V				
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>	V				
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara	V				
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Wayan Titis

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Ayu Prima

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Evita Wharma

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Dewi Andika

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Grady Surya

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Alvi Oktaviana

**Tempat Fitness** : BK Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Krisniwar Adi Cahya

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Decky Wibowo

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Raka Bani Adam

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Intan Diah Safitri

**Tempat Fitness** : Empire Gym

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Icha Rahmawati

**Tempat Fitness** : Stars Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Swara Yoga Sangara

**Tempat Fitness** : Stars Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Yudi Aditama

**Tempat Fitness** : Stars Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Windu Sari

**Tempat Fitness** : Stars Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Joko Raharjo Putra

**Tempat Fitness** : Stars Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Lintang Putri

**Tempat Fitness** : Soen Fitness

- Berilah tanda *check list* (√) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (√) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym					V
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat					V
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara					V
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>					V
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social					V

## KUESIONER

**Nama** : Alexander Nathanael

**Tempat Fitness** : Soen Fitness

- Berilah tanda *check list* (√) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (√) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani					V
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V



5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>					V
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>					V
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member					V
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Budi Hakim

**Tempat Fitness** : Soen Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan					V
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran					V
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Handang Hermansyah

**Tempat Fitness** : Soen Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness					V
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	

## KUESIONER

**Nama** : Kartika Widyaningrum

**Tempat Fitness** : Soen Fitness

- Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom penilaian yang anda anggap sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan
- Keterangan penilaian
  - 5** : Sangat Puas
  - 4** : Puas
  - 3** : Cukup
  - 2** : Kurang Puas
  - 1** : Sangat Kurang Puas

**Berilah tanda check list (✓) pada kolom penilaian yang tersedia!**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A.</b>	<b>ASPEK MATERI (KONTEN)</b>					
<b>1</b>	Kondisi alat-alat <i>fitness</i> yang mendukung kegiatan gym				V	
<b>2</b>	Kebersihan fasilitas-fasilitas <i>fitness</i> (ruang ganti, toilet)					V
<b>3</b>	Keramahan instruktur dalam melayani			V		
<b>4</b>	Keahlian instruktur dalam memberikan instruksi penggunaan alat <i>fitness</i>					V

5	Perhatian instruktur terhadap <i>customer</i> yang sedang kesulitan dalam menggunakan alat				V	
6	Menerima kritik dan saran dari <i>customer</i>					V
7	Kecepatan instruktur atau karyawan dalam membantu member yang sedang membutuhkan bantuan		V			
8	Kecepatan memberikan informasi dari <i>old member</i> ke <i>new member</i>			V		
9	Kecepatan memberikan informasi tentang tempat <i>fitness</i> kepada keluarga atau saudara				V	
10	Keamanan di dalam ruang <i>fitness</i>			V		
11	Keamanan pemakaian alat-alat fitness					V
12	Kejelasan penyampaian harga atau diskon untuk <i>new member</i>				V	
13	Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan harga di tempat fitness		V			
14	Ketepatan perhitungan tagihan saat pembayaran		V			
15	Kemudahan dalam melakukan perpanjangan <i>membership</i>					V
16	Keinginan untuk mengajak orang lain menjadi member			V		
17	Mendapatkan informasi melalui media social				V	